

BREVE PERCURSO DA COMUNICAÇÃO NA SOCIEDADE

*Fredy Vieira Santos**

*Helder Rodrigues Pereira***

RESUMO

Este estudo tem como objetivo abordar o tema no âmbito geral da comunicação, mostrando como conseguimos evoluir como seres capazes de pensar e solucionar problemas de maneira criativa quando somos estimulados. Aborda também, o modo como a comunicação automatiza a vida das pessoas a ponto de fazer com que vivam a favor do que ela as oferece, desde que o trabalho humano possa satisfazer as necessidades da indústria, a favor dela mesma. A ideia principal é fazer pensar sobre nossas ações espontâneas, que muitas vezes têm impacto direto no meio ambiente e como nos relacionamos com outras pessoas em nossos âmbitos pessoais, no trabalho, na sociedade, ou como pessoas, a ponto de nos questionarmos sobre esses valores que são meramente ditados, e que aceitamos, de maneira que não vemos a fundo o que está do outro lado. Mostra, contudo, como a comunicação evoluiu e beneficiou parte da humanidade que teve acesso a ela, seja através da tecnologia, da ciência, da educação, ou como formas de trabalho a favor de sua sobrevivência. Aborda também o advento da internet sobre nossas vidas, como peça chave de desenvolvimento e informação, o que possibilita integração das nações em âmbitos grandiosos, de maneira que possam interagir todos numa única linguagem capaz de unir nossas vidas a favor de objetivos comuns.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação. Sociedade. Relacionamentos. Progresso. Cultura.

1 UM BREVE PERCURSO SOBRE O DESENVOLVIMENTO DA COMUNICAÇÃO E SUAS VINCULAÇÕES

A comunicação é capaz de criar laços, de transportar desejos, criar e modificar nossas vidas. Na pré-história, cerca de 20.000 anos atrás, o homem fazia desenhos nas paredes das cavernas com o intuito de retratar aspectos ou situações sobre a sua vida e assim descrever técnicas de caça, a fim de que essas informações fossem passadas por gerações através de uma

* Aluno do 8º período do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Presidente Antônio Carlos – UNIPAC Barbacena – MG e-mail: fredyviera@gmail.com

** Doutor em Linguística do Texto e do Discurso (Discurso e Psicanálise) pela Universidade Federal de Minas Gerais. Mestre em Letras (Discurso e Representação Social) pela Universidade Federal de São João del Rei. Especialista em História de Minas Gerais pela Universidade Federal de São João del Rei. Graduado em Filosofia pela mesma universidade. Professor pesquisador na Universidade Presidente Antônio Carlos, onde integra o Núcleo Docente Estruturante do Curso de Psicologia e o Comitê de Ética em Pesquisa. Diretor do Hospital Regional de Barbacena - FHEMIG

comunicação: pinturas rupestres. Assim, a comunicação se desenvolveu em torno do universo humano, proporcionando um conhecimento profundo em diversas áreas, trazendo um saber da natureza e seres que a regem, fazendo-nos compreender (tornando a comunicação possível entre aqueles que partilhavam um certo número de símbolos). Nesta época da pré-história, Idade da Pedra Lascada, o ser humano tinha uma vida nômade (sem habitação fixa), ele vivia da caça de animais pequenos, de médio e de grande porte, assim como da pesca e da coleta de frutos e raízes. Usava instrumentos e ferramentas de trabalho feitos a partir de ossos e pedras, e seus bens de produção eram de uso e propriedade coletiva.

A comunicação se desenvolveu, proporcionando um entendimento das coisas, dos seres humanos e o que se pode modificar. Observando e repassando informações pelas quais trouxeram grandes avanços no desenvolvimento humano, seja ao observar como o corpo dos humanos se desenvolveu diante certas atividades, melhorando assim a saúde e tendo isso como forma de construir melhores condições de vida em grupo e sociedade.

Mais adiante na pré-história, no período mesolítico, o ser humano, através da comunicação e do seu entendimento pelas coisas, adquiriu o domínio do fogo, podendo assim cozinhar a carne de animais e outros alimentos, como também iluminar sua moradia e conseguir calor em tempos frios. Neste mesmo período, se deu o desenvolvimento da agricultura e a domesticação dos animais, com isso, cultivando a terra e criando animais, o homem conseguiu diminuir sua dependência em relação à natureza, deixando, assim, de migrar de um lugar para o outro em busca de alimentos, passando então, a produzi-los, proporcionando a sedentarização, já que a habitação fixa tornou-se uma necessidade.

A partir daí, criou-se um novo modelo de sociedade, o que ocorreu no período neolítico, ou Idade da Pedra Polida, onde o homem atingiu um grande grau de desenvolvimento e estabilidade. Com a agricultura e a criação de animais em pleno desenvolvimento, as comunidades passaram a trilhar novos caminhos. Um avanço importante dessa época foi o desenvolvimento da metalurgia, que possibilitou a criação de lanças, ferramentas e machados, contribuindo para que o homem caçasse melhor e produzisse com mais

qualidade e rapidez. A produção de excedentes agrícolas e sua armazenagem garantiram o alimento necessário para os momentos de seca ou inundações. Com mais alimentos, as comunidades foram crescendo e logo surgiu a necessidade de realizar trocas com outras comunidades. Nessa época, ocorreu um intenso intercâmbio entre vilas e pequenas cidades. A divisão de trabalho dentro dessas comunidades aumentou ainda mais, dando origem ao trabalhador especializado, deixando assim de ser autodependente, passando a usufruir e depender dos outros como meio de produção e troca de produtos.

Então, o conhecimento adquirido colocou o homem numa posição de produzir e compartilhar conhecimento de maneira a favorecê-lo, fazendo assim com que os seres humanos se desenvolvessem e produzissem o conhecimento, que só foi possível através da comunicação e a materialização do pensamento/sentimento em signos, conhecidos pelas partes envolvidas.

A primeira forma de expressão humana foi a imagem e as pinturas nas cavernas. A escrita também permitiu o registro, fato importante que dividiu a história como sendo o período após a invenção da escrita e Pré - História, período anterior a tal invenção. A escrita foi inventada pelos sumérios, em aproximadamente 3.500 a.C. ela possibilitou ao homem transmitir de forma segura e sem alterações de conteúdo, o que geralmente acontecia na transmissão oral e fatos da vida cotidiana.

Daí então se desenvolveu o homem, com suas ferramentas de trabalho avançadas, passou a fornecer ao proletário uma forma de sobrevivência, deixando as ferramentas de trabalho de ser um bem coletivo, passando agora a ser agentes de divisão.

Por uma análise mais profunda, uma mercadoria, fruto do trabalho humano, tem valores muito mais agregados que ela por si só, sendo assim um objeto muito complexo e cheio de sutilezas. É evidente a capacidade do homem de transformar a matéria que a natureza fornece, de modo a torná-la útil.

O caráter misterioso da forma-mercadoria consiste, portanto, simplesmente em que ela apresenta aos homens as características sociais do seu próprio trabalho como se fossem características objetivas dos próprios produtos do trabalho,

como se fossem propriedades sociais inerentes a essas coisas; e, portanto, reflete também a relação social dos produtores com o trabalho global como se fosse uma relação social de coisas existentes para além deles (MARX, 1968, p. 02).

A forma mercadoria se expande além da necessidade e relação de valor dos produtos do trabalho, desde que se torna mercadoria, não tem a ver absolutamente nada com sua natureza física, nem com as relações materiais dela resultantes. É somente uma relação social determinada entre os próprios homens que adquire a forma fantasmagórica de uma relação entre coisas.

Então, a comunicação entra em cena em diversas áreas de nossas vidas, como relações pessoais, de trabalho, de conhecimento e de tudo aquilo que vemos, ouvimos e sentimos. Aquilo que se vê gera um desejo de ação, tal que, seja capaz de conduzir a algo, seja desfrutar do prazer da sombra de uma árvore ou correr atrás de uma presa em tempos antigos.

Em um mundo moldado para o consumo de produtos, o espetáculo entra em cena em nossas vidas, fazendo com que nós espectadores necessitemos nos sentir espetaculares, no sentido de que saciemos o desejo que determinado produto tenha nos causado através da comunicação, ainda que de maneira momentânea, pois nos miramos no espetáculo, estimulados pela indústria e pelo trabalho, e fazemos dele nossa principal direção. Assim, o homem se utiliza de grandes meios para levar uma massa a adquirir produtos e serviços ou até mesmo alienar-se, deixando-a presa ao espetáculo como fim em si mesmo. Desta forma, a massa se fixa no objeto espetacularizado e tende a não buscar nada além daquilo que ele apresenta. Tudo se torna emocionante, o espetáculo vai além do que é real e nos faz sentir especiais (DEBORD, 2003).

A alienação advinda dos espetáculos voltados à aquisição de determinados produtos ou serviços nos coloca em posição de meros consumidores, à proporção que tão-somente adquirimos e vivemos em função disso, sob a forma de garantir uma existência no mundo das contemplações e desejos. O sujeito consumidor permanece, desta forma, iludido, pois não conhece o seu próprio desejo e termina por conceber como se um desejo de consumir o que é amplamente divulgado pelo espetáculo. No entanto, esta

sustentação é efêmera, pois outra realização de desejos é prontamente apresentada pelo espetáculo, tão logo outro produto apareça como capaz de produzir aquilo que desejamos.

O desenvolvimento das forças produtivas foi a história real inconsciente que construiu e modificou as condições de existência dos grupos humanos, enquanto condições de sobrevivência, e alargamento destas condições: a base econômica de todos os seus empreendimentos.

O setor da mercadoria foi, no interior da economia natural, a constituição de um excedente de sobrevivência. A produção das mercadorias, que implica a troca de produtos variados entre produtores independentes, pode permanecer durante muito tempo artesanal, contida numa função econômica marginal onde a sua verdade quantitativa estava ainda encoberta. No entanto, onde encontrou as condições sociais do grande comércio e da acumulação dos capitais, ela apoderou-se do domínio total da economia (DEBORD, 2003, p. 20).

Sendo assim, as pessoas puderam acumular seus bens e posses no intuito de sobrevivência, levadas por uma comunicação, obtendo poder sobre aquilo e criando suas divisões dentro de um mundo natural de recursos limitados, fazendo com que o crescimento no modelo econômico capitalista gere, através da compra e venda, uma sobrevivência aumentada em cima de relações mercantis além da nossa sobrevivência, com base em uma moeda que estimule produção para acúmulos, diferente da troca que mostra uma necessidade espontânea do que a sociedade precisa e busca. Sendo assim, o crescimento econômico liberta as sociedades da pressão natural que exigia a sua luta imediata pela sobrevivência. Mesmo com os avanços da indústria e estando ela a favor da humanidade, não aprendemos a nos afastar dos acúmulos e sermos estimulados a outros desenvolvimentos de uma sociedade, através de estímulos que realmente tragam grandes evoluções para um todo.

A moeda também tem o seu papel fantasmagórico, a partir de que ela foi criada não se separa da mercadoria, podendo ser até mesmo uma dívida, os bancos emprestam dinheiro a juros, e a moeda é criada do nada, a partir das taxas sobre o que foi emprestado a fim de estimular uma economia baseada em troca através do consumo.

O dinheiro foi criado no intuito de facilitar nossas vidas em transações de troca, na forma de moedas ou notas (cédulas), que eram e são usadas para compra de bens, serviços, força de trabalho, divisas estrangeiras ou nas diversas transações financeiras existentes, emitido e controlado pelo governo de cada país.

No entanto, o dinheiro em si é um bem escasso. Muitos itens podem ser usados como dinheiro. Em épocas de escassez de meio circulante, a sociedade procura formas de contornar o problema, criando assim os chamados “dinheiro de emergência”, em que o importante é não perder o poder de troca e compra. Podem substituir o dinheiro governamental: cupons, passes, recibos, cheques, vales, notas comerciais entre outros.

Inicialmente, a mercadoria era avaliada na quantidade de tempo ou força de trabalho gasta para produzi-la ou até mesmo pela necessidade que o "comprador" tinha por determinada mercadoria. Com a criação da moeda, o valor da mercadoria se tornou independente da força de trabalho. Com o surgimento dos bancos, apareceu uma nova atividade financeira em que o próprio dinheiro é uma mercadoria.

Na medida em que ocorreu o surgimento da moeda no período das grandes civilizações, o ato de emprestar, tomar emprestado e guardar dinheiro acumulado por outros foi algo quase inevitável.

Existiram então os ourives (pessoas que trabalhavam o ouro e outros metais preciosos). Eles que se encarregaram de trocar, emprestar e cuidar do dinheiro. Eram, em geral, homens de confiança, que guardavam em seus depósitos as riquezas de alguns clientes e as emprestavam a outros, cobrando por esses serviços.

Os ourives entregavam recibos às pessoas, com anotação da quantidade de dinheiro que elas lhes davam para guardar. Aconteceu que muitas daquelas pessoas, em vez de voltarem ao ourives para retirar o dinheiro, começaram a utilizar os recibos para fazer pagamentos. Assim, surgiram as primeiras cédulas.

Com esse negócio de guardar, emprestar dinheiro e dar recibos, os ourives se tornaram os primeiros banqueiros, e suas oficinas (ateliês) passaram a ser chamadas de bancos. Somente após a percepção de que nem sempre as pessoas retiravam tudo o que haviam depositado, ou seja, sempre haveria dinheiro para circular, surgiu a ideia de conceder empréstimos mediante o pagamento de juros. Esta foi a base para o enriquecimento dos banqueiros, que deixaram de ser simplesmente “cambistas”, sob cuja função emprestavam e criavam dinheiro sobre os juros.

Foram os negócios das famílias de banqueiros que resultaram no surgimento da maioria dos bancos europeus a partir do século XV. Com a queda do feudalismo, os banqueiros passaram a receber muitas porções de terras oriundas de dívidas dos senhores feudais, aspecto que os transformaram em uma classe muito poderosa: a burguesia.

O dinheiro segue as seguintes características:

- * Deve ser um meio de troca;
- * Deve ser uma unidade contábil;
- * Deve servir para acumular valores.

O dinheiro torna-se então representação vinda do fruto do trabalho, motivado por uma moeda de troca, assim podemos atribuir de tudo que nos é oferecido e que aparenta ter o seu valor mediante ela. Desenvolvem-se assim empreendimentos estimulados por ela mesma num círculo vicioso de fornecimento de produtos nos quais “todos precisam”. Seguindo cada um com seu interesse, sem conhecermos a verdade por trás disso e que nos incentiva a trabalhar a favor de uma economia insustentável através de consumo e acúmulos. Seguido por essa comunicação de desenvolvimento, colocou-se como estímulo da economia, onde a educação segue o que o mercado financeiro pede como desenvolvimento, não baseado no ser humano, mas sim na sua capacidade de criar e obter lucros através do trabalho na busca de se ter uma sobrevivência aumentada referente ao consumo. Venda de produtos ou serviços meramente divulgados.

O grande número de informações presentes na sociedade tem o seu valor. No entanto, todo valor deve ser submetido a uma crítica, pois há que se

considerar que nem tudo o que é espetacularizado nos convém. As informações espetaculares nos levam a caminhos que nem mesmo havíamos sonhado, incentivados a querer algo e, por outro lado, sequer nos permitem antever as consequências de nossas escolhas que, a seu modo, podem ser degradantes para o ambiente e toda sua espécie, por exemplo.

São propostas de realizações imediatas em troca de prazer, notoriedade ou posição social. O espetáculo se faz de uma forma tão espetacular que aceitamos seu produto como necessidade de desejo e, assim, não criamos nosso mundo, mas aceitamos passivamente o que nos é proposto e conduzido a atribuir para nossas vidas.

O espetáculo, da mesma forma que a moderna sociedade, está ao mesmo tempo unido e dividido. Ele edifica a sua unidade sobre o dilaceramento. A contradição, quando emerge no espetáculo, é contradita pela inversão do seu sentido; de modo que a divisão mostrada é unitária, enquanto que a unidade mostrada está dividida (DEBORD, 2003, p.15).

O autor explica a divisão na sociedade do trabalho, como forma de sobrevivência e divisões baseadas em valores estipulados com a oferta e a demanda, onde o trabalhador tem seu papel fundamental em vender seu tempo para obter posses e bens através da produção de objetos materiais que chegam a ir além da necessidade do homem, extraíndo do planeta o natural em troca de um objeto de valor criado sobre o dinheiro e o que ele representa.

Empresas são instaladas para gerar desenvolvimento dentro de uma sociedade, que iriam extrair matéria prima para que pudessem oferecer produtos extremamente espetaculares ou espectacularizados, seguindo um modelo capitalista de negócios numa união e divisão de bens, onde de fato o que é mostrado parece ser único, mas é dividido por quem o explora, onde o desenvolvimento nem sempre acaba sendo no ambiente explorado, mas sim em benefício próprio de alguns, e prejuízos futuros a outros.

Outra questão que entra nos modelos econômicos criados é a corrupção, onde alguns tendem a tirar proveito de outros para benefício próprio ou de uma pequena seleção, fazendo com que o convívio entre moeda e

sociedade tenha criado uma espécie de “passar a perna” para tirar vantagem, estimulando assim o que lhes convém a benefício próprio e não de um todo.

A sociedade do espetáculo nos é exposta todos os dias, criando um negócio onde se explora o ambiente natural do homem, desrespeitando o ambiente onde vive, de maneira a estimular o consumo além do necessário, com o intuito de gerar dinheiro e estimular uma economia. Uma sobrevivência aumentada que gera morte ao planeta e acúmulo de riquezas materiais que não servirão para a humanidade, e sim em benefício de saciar um prazer gerado por um desejo de consumir o que amplamente divulgado.

Quando os produtores relacionam os produtos do seu trabalho a título de valores, não é que eles vejam neles um simples invólucro sob o qual se esconde um trabalho humano idêntico; pelo contrário, ao considerarem iguais na troca os seus diversos produtos, pressupõem com isso que os seus diferentes trabalhos são iguais. Eles fazem-no sem o saber. Portanto, o valor não tem, escrito na frente, o que ele é. Longe disso, ele transforma cada produto do trabalho num hieroglifo [social]. Somente com o tempo o homem procurará decifrar o sentido do hieroglifo, penetrar nos segredos da obra social para a qual contribui, pois a transformação dos objetos úteis em valores é um *produto da sociedade*, tal como o é a linguagem (MARX, 1968, p 04)

O produto do trabalho tem seu valor, o qual muitas vezes vai além do que poderia ser o seu real valor de uso. Trabalham-se linguagens na comunicação e divulgação de produtos nos quais são agregados valores além de financeiros, utilizando de signos para as diferentes culturas envolventes.

Segundo Marx (1968), desde que os homens trabalham uns para os outros, independente da forma como o fazem, seu trabalho adquire também uma forma social. Porém, em vez de deixar o homem independente, todos tendem a ser dependentes: servos e senhores, vassalos e suseranos, leigos e clérigos. “Esta dependência pessoal caracteriza tanto as relações sociais da produção material, como todas as outras esferas da vida assentes sobre ela” (MARX, 1968, p.28).

Precisamente a sociedade se baseia na dependência pessoal que todas as relações sociais nos aparecem como relação entre pessoas. Então, os

diversos trabalhos e seus produtos não têm necessidade de assumir uma figura fantástica distinta da sua realidade.

É importante entender que seguimos um caminho trilhado por meio da comunicação, no qual ela se findou, através do acúmulo de poder que traz individualmente uma sobrevivência aumentada. Sem percebermos, estamos sendo levados por ela, que não nos deixa em condições para pensar/mudar ou questioná-la, assim estimulados pelo consumo através da indústria que nos fornece o trabalho, visando lucros de maneira irresponsável, no qual muitas vezes degradam o ambiente para o consumo, a favor de estimular uma economia que não existe, baseada em recursos limitados. Milhares de espécies são extintas todos os dias, sejam elas animais ou vegetais, que estão aqui disponíveis a serem estudadas a favor do homem. Deixando o homem assim, de ter uma qualidade diferente de vida através de estudos que poderiam ser estimulados a favor da humanidade como um todo, o que não acontece por nos deixar à mercê da sobrevivência, sendo-nos levado a favor do trabalho e meios de consumir e sobreviver nesse mundo, que moldou-se através da comunicação e o conhecimento na busca da sobrevivência, que só faz aumentar uma economia desregrada.

O primeiro “Boom” da Revolução Industrial se deu na Europa, nos séculos XVIII e XIX. Até o final do século XVIII, a maioria da população europeia vivia no campo e produzia o que consumia. De maneira artesanal o produtor dominava todo o processo produtivo.

Apesar de a produção ser predominantemente artesanal naquele tempo, países como a França e a Inglaterra possuíam manufaturas, que eram grandes oficinas onde vários artesãos realizavam as tarefas manualmente, entretanto subordinados ao proprietário da manufatura.

A Inglaterra foi precursora na Revolução Industrial devido a diversos fatores, entre eles: possuir uma rica burguesia, o fato de o país possuir a mais importante zona de livre comércio da Europa, o êxodo rural e a localização privilegiada junto ao mar, o que facilitava a exploração dos mercados ultramarinos.

Como muitos empresários naquele tempo ambicionavam lucrar mais, o operário era explorado, sendo forçado a trabalhar até 15 horas por dia em troca

de um salário baixo. Além disso, mulheres e crianças também eram obrigadas a trabalhar para sustentarem suas famílias.

Diante desse cenário, alguns trabalhadores se revoltaram com as condições de trabalho oferecidas, e começaram a sabotar as máquinas, ficando conhecidos como “os quebradores de máquinas”. Outros movimentos surgiram na época com o objetivo de defender o trabalhador.

A primeira etapa da Revolução Industrial ocorreu entre 1760 a 1860, e ficou limitada primeiramente à Inglaterra. Houve o aparecimento de indústrias de tecidos de algodão, com o uso do tear mecânico. Nessa época o aprimoramento das máquinas a vapor contribuiu para a continuação da Revolução.

A segunda etapa ocorreu no período de 1860 a 1900, ao contrário da primeira fase, países como Alemanha, França, Rússia, Itália e EUA também se industrializaram. O emprego do aço, a utilização da energia elétrica e dos combustíveis derivados do petróleo, a invenção do motor a explosão, da locomotiva a vapor e o desenvolvimento de produtos químicos foram as principais inovações desse período.

A partir de 1870, surgiu então uma nova forma de capitalismo, o capitalismo financeiro ou capitalismo monopolista. Esse surgimento foi uma das principais mudanças econômicas da História Contemporânea.

Entre os anos de 1870 a 1900, acontecia a chamada Segunda Revolução Industrial, tanto os Estados Unidos quanto a Europa passavam por consideráveis mudanças sociais, tecnológicas (transporte, comunicação), industriais (novas fontes de energia e aço) e aumento considerável da população. Esse novo cenário possibilitou o aumento da produção e incentivou as grandes empresas a ampliar seus negócios.

A partir de então, os bancos passaram a controlar grandes empresas norte-americanas e europeias. Os financistas passaram a dominar as empresas e os industriais foram transformados em diretores assalariados, delegados dos verdadeiros proprietários. O Capitalismo financeiro ou monopolista apresentou modelos fundamentais, o domínio da indústria pelas inversões bancárias; a formação das grandes reservas de capitais; a distinção

entre a propriedade particular dos dirigentes da empresa e o patrimônio e a responsabilidade econômica da organização. Mas a maior característica do capitalismo financeiro ou monopolista foi a expansão Imperialista.

A grandiosa acumulação de capital da indústria moderna era organizada de acordo com os trustes (fusão de diversas empresas do mesmo ramo), os cartéis (grupo de grandes empresas independentes que estabelecem entre si um acordo com o objetivo de controlar os preços ou o mercado de um determinado setor) e os holdings (empresa que domina o controle de ações sobre outras empresas, como possuidora da maior parte de suas ações).

O holding, apesar de não intrometer na produção, recebe seus lucros pagos pelas unidades produtoras.

As sociedades anônimas representam um tipo de empresa comercial com características supostamente democráticas. Essas S/A são constituídas, geralmente, por milhões de proprietários, ou seja, milhares de indivíduos que empregaram suas economias comprando ações, só que na prática, a direção das S/A está nas mãos de um grupo de diretores, escolhidos por uma minoria de acionistas que monopoliza as ações com direito a voto. Nota-se que da Primeira Guerra Mundial até os dias atuais os monopólios industriais perduram com ínfimas transformações na estrutura capitalista financista ou monopolista.

Após a Primeira Guerra Mundial (1918), os EUA eram o país mais rico do planeta. Além das fábricas de automóveis, os EUA também eram os maiores produtores de aço, comida enlatada, máquinas, petróleo, carvão, dentre outros. Nos 10 anos seguintes, a economia norte-americana continuava crescendo, causando euforia entre os empresários. Foi nessa época que surgiu a famosa expressão “American Way of Life” (Modo de Vida Americano). O mundo invejava o estilo de vida dos americanos, que se propagou graças ao avanço dos meios de comunicação e das navegações marítimas.

A década de 20 ficou conhecida como os “Loucos Anos 20”. O consumo aumentou, a indústria criava, a todo instante, bens de consumo, clubes e boates viviam cheios e o cinema tornou-se uma grande diversão, fazendo parte da indústria cultural.

De 1920 até 1929, os americanos iludidos com essa prosperidade aparente, compraram várias ações em diversas empresas, até que no dia 24 de outubro de 1929, começou a pior crise econômica da história do capitalismo. Vários fatores causaram essa crise, uma delas foi a superprodução agrícola, que formou-se um excedente de produção agrícola nos EUA, principalmente de trigo, que não encontrava comprador, interna ou externamente. A diminuição do consumo também foi um dos fatores. A indústria americana cresceu muito, porém, o poder aquisitivo da população não acompanhava esse crescimento, já com a máquina trabalhando ao seu favor. Aumentava o número de indústrias e diminuía o de compradores, como também o número de empregados. Em pouco tempo, várias delas faliram. Havia produtos nas prateleiras de supermercados, mas as pessoas não possuíam poder aquisitivo para usufruir desses bens de consumo ou até mesmo para sua sobrevivência. O livre mercado também contribuiu para a crise, cada empresário fazia o que queria e ninguém se metia sobre suas ações na busca de se obter lucros.

A crise se agravou em 1930. Em 1933, Roosevelt foi eleito presidente dos EUA e elaborou um plano chamado New Deal. O Estado passou a vigiar o mercado, disciplinando os empresários, corrigindo os investimentos arriscados e fiscalizando as especulações nas bolsas de valores.

Outra medida foi a criação de um programa de obras públicas. O governo americano criou empresas estatais e construiu estradas, praças, canais de irrigação, escolas, aeroportos, portos e habitações populares. Com isso, as fábricas voltaram a produzir e vender suas mercadorias. O desemprego também diminuiu. Além disso, o New Deal criou leis sociais que protegiam os trabalhadores e os desempregados, leis essas que protegem os trabalhadores de serem substituídos pelas máquinas, deixando-os disponíveis para atender um sistema econômico capaz de suprir todas as necessidades humanas, porém que não traria acúmulos a mais ninguém, e sim a sociedade como um todo, livre de sua produção, já que passou a ser automatizada. No Brasil, também existe uma lei que protege o trabalhador, a fim de que a máquina não possa substituir o seu trabalho, mantendo-os presos nesse círculo que não os acrescentaria mais que acúmulos e desestimula a capacidade humana de criar. Quando criam, a única coisa que geralmente pensam são em

obter lucro sobre sua criação, e não são estimulados a pensar diferente dentro de um modelo como esse de desigualdades sem fim, e que poderia já ser extinto se não houvesse suas divisões e busca por acúmulos.

É muito amplo poder tentar expor aqui o que pretendemos, mas a indústria se desenvolveu de maneira pela qual pode produzir além do que a humanidade pode consumir, há muito tempo se queima petróleo e outros meios fósseis para se produzir energia, mesmo sabendo que se pode utilizar energias alternativas e ilimitadas através da tecnologia. Hoje, a indústria trabalha a todo vapor, correspondendo a PIBs jamais batidos, da mesma forma que a população do planeta cresce, mesmo com a fome presente no planeta. Há pessoas morrendo por não ter o que comer, sendo que o planeta deveria ser visto como uma casa onde tudo está ligado, não tem como isolar nossos cômodos, deixar nossas bagunças de lado. Há muito tempo já se fala em acabar com a fome, mas muitos têm medo de perder, não se tem bem quem financie isso, o acúmulo nos deixou presos a nossos interesses individuais.

Uma grande qualidade de vida é saber viver com o que temos, e entender o que ainda é possível, estudar e compreender a vida, e saber preparar para as novas gerações que aqui iram surgir, para que toda e qualquer espécie aqui possa sobreviver. Fazer desse planeta um planeta consciente, moldando o caminho para onde vamos. Para assim consumir e vivermos melhor, deixando-nos de ser condicionados a consumir a favor da indústria, que nos oferece o que é obsoleto, programado, em função do lucro.

2 COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO

O uso da publicidade ocorre, ainda que de maneira incipiente desde a Antiguidade Clássica, onde se encontram os primeiros vestígios, conforme demonstram as tabuletas descobertas em Pompeia. Além de anunciarem combates de gladiadores nas tabuletas, faziam referências às diversas casas de banhos existentes na cidade. Nesta fase, a publicidade era, sobretudo oral, feita através de pregoeiros, que anunciavam as vendas de escravos, gado e outros produtos, ressaltando as suas virtudes.

A primeira etapa da publicidade, que se prolongou até a Idade Média, evidenciava sua atividade a serviço dos mercadores e comerciantes que,

através de gritos, ruídos e gestos, procuravam tornar conhecido do público a sua mercadoria. A utilização de símbolos, hoje em dia tão comum, inicia-se neste período. Naquela época, as casas não possuíam número e as ruas não eram identificadas. O comerciante se obrigava, então, a identificar o seu estabelecimento com um símbolo; uma cabra simbolizava uma leiteria e um escudo de armas significava a existência de uma pousada. Estes símbolos tornaram-se mais tarde em emblemas de marca e logotipos.

Com a invenção da imprensa mecânica, criada por Johannes Guttenberg, surge então no século XV, uma etapa muito importante para a disseminação das informações.

A imprensa é a junção das ferramentas e veículos de comunicação que são responsáveis pelo exercício do jornalismo. A origem da palavra se dá por “prensa móvel”, um processo gráfico que foi pesquisado e inaugurado por Guttenberg em 1440, e no início do século XVIII foi adaptado para fabricar jornais, que foram os primeiros recursos para uma função social que evoluiu ainda mais posteriormente através do surgimento do rádio, da televisão, e da internet.

Em 1625, apareceu no periódico inglês Mercurius Britannicus, o primeiro anúncio publicitário de um livro. Em 1631, na França, Thèophraste Renaudot cria na sua gazeta uma pequena seção de anúncios. Cria-se, então, uma nova fonte de receita para o jornal que até então vivia somente da venda de assinaturas e uma nova etapa para a publicidade.

Alguns sociólogos dividem em três épocas o longo caminho percorrido pela publicidade. Na era primária, limitava-se a informar o público sobre os produtos existentes, ao mesmo tempo em que os identificava através de uma marca. Isto sem argumentação ou incitação à compra. Na era secundária, as técnicas de sondagem desvendavam os gostos dos consumidores e iam orientar a publicidade, que se tornou sugestiva. Na era terciária, baseando-se nos estudos de mercado, na psicologia social, na sociologia e na psicanálise, a publicidade atua sobre as motivações inconscientes do público, obrigando-o a tomar atitudes e levando-o a determinadas ações. A publicidade contemporânea mitifica e converte em ídolo o objeto de consumo, revestindo-o

de atributos que frequentemente ultrapassam as suas próprias qualidades e a sua própria realidade.

Desde a Revolução Industrial, influenciados pelo desenvolvimento das relações econômicas comerciais e da diversificação da produção, os conceitos de publicidade e propaganda confundiram-se.

Com o surgimento da Era Industrial, com a produção em massa e a consequente necessidade de aumentar o consumo dos bens produzidos, a técnica publicitária foi-se aperfeiçoando, passando a ser mais persuasiva nas suas mensagens e perdendo, quase que por completo, o seu sentido unicamente informativo. A concorrência desenfreada entre as várias marcas, praticamente obrigou o aparecimento de um tipo de publicidade mais agressiva, conhecida como publicidade combativa, com a tentativa de impor um produto, ao invés de sugeri-lo. Isto deu origem a muitos excessos que só foram vedados com a entrada em vigor da legislação que regula a atividade publicitária.

Graças aos avanços da comunicação, em que a indústria soube utilizar desse recurso, saber usar a publicidade para venda e disseminação dos produtos a seu favor, tornou-se atitude indispensável para o processo da marca. O homem passou a ter mais acesso às informações e, com isso, sem perceber foi levado pelo consumo do que era divulgado nos meios de comunicação.

Muita coisa está por trás daquilo que nos é exposto, o que nos gera desejos ou preocupações, que nos leva a condições de stress e condições de vidas forçadas a favor de um sistema que nos alimenta, nos deixando presos a ele através de estímulos voltados ao consumo, que ao seu modo não liberta, e sim aprisiona no ego.

Habitualmente, a Física Quântica dá ao público, aos filósofos, e também aos próprios físicos, a impressão de ser totalmente construída pelo pensamento e, até mais, por dispositivos experimentais, do que de ser dada pela natureza.

O elétron, particularmente não tem uma existência física, e é capaz de estar em vários lugares ao mesmo tempo. Quando um elétron é observado com algum instrumento, interferimos no seu rumo. Em Física Quântica, ser

arbitrário é um efeito extraordinário do pensamento humano, da intenção humana.

Foram feitas algumas experiências pelo cientista japonês Masaru Emoto, que muito ajudaram a explicar a força do pensamento sobre a física quântica.

Dr. Masaru demonstrou, cientificamente, o que se sabia pelos estudos espiritualistas: que os sons, palavras, pensamentos e sentimentos influenciam as pessoas que os emitem e também o mundo em sua volta. Ficou demonstrado em sua experiência, que a estrutura molecular da água se altera em face dos pensamentos e sentimentos. A técnica usada por ele consiste na exposição da água a esses agentes do pensamento capaz de transpor desejos a nossa volta.

Foi colocada a água entre caixas sonoras que emitiam uma oração e, depois, a voz de Hitler. Em outra experiência, a água de um recipiente foi exposta ao som da música de Bach e, em outra coleta, submetida ao ritmo Heavy Metal. O Dr. Emoto expôs também a água a sentimentos/pensamentos positivos e negativos.

Veja alguns dos resultados.

Água exposta a uma música do estilo **Heavy Metal**:

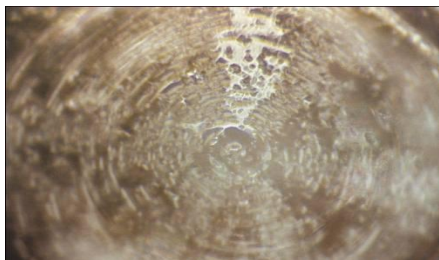


Figura 1 - <http://www.hypeness.com.br/wp-content/uploads/2014/01/HeavyMetalWater.jpg>

Água exposta à música **Imagine**, de **John Lennon**:



Figura 2 - <http://www.hypeness.com.br/wp-content/uploads/2014/01/ImagineWater.jpg>

Com visto em algumas das imagens, tanto as palavras, os pensamentos e os sentimentos afetam a água. Considerando, somos compostos por cerca de 70% de água, fica evidente a influência que podemos sofrer em virtude da comunicação que molda nossos pensamentos e sentimentos, assim como afetamos igualmente as outras pessoas e, conseqüentemente, somos influenciados pelos pensamentos e sentimentos delas.

Existem muitas questões filosóficas e posturas (e variações matemáticas) tomadas - e um consenso quase universal que ainda não entendem completamente a realidade quântica. Assim, em qualquer caso, essas descrições dinâmicas envolvem probabilidades e não certezas na busca de sua compreensão.

A Física Quântica tenta explicar como nosso pensamento cria e modifica nossas vidas, e todo pensamento é advento de uma comunicação que nos leva até ele.

A comunicação atinge um contexto muito amplo e acessível às pessoas, hoje podendo elas buscar informações de maneira rápida e acessível graças ao advento da internet, que possibilitou um leque maior de informações, diferente do modelo econômico que antes possibilitava um acesso à informação limitado, somente dentro de universidades, tendo que privar essas pessoas em buscar dentro de um modelo meritocrático o acesso a ela, favorecendo apenas um pequeno grupo de pessoas bem colocadas economicamente, ou não, no qual se associam melhores que outros no mercado ou na sociedade, por obter um título superior de conhecimento, ou um grau maior de informações. Junto com isso a maiores oportunidades. A indústria e o comércio tende a deixar os seres humanos menos informados a favor de que, sejamos ignorantes ao ponto de aceitarmos passivamente o que nos é proposto e conduzido.

As tecnologias das comunicações são fundamentais para essa interligação do saber e por levar o desenvolvimento esperado e necessário à sociedade, na busca de se compartilhar informações que não são meramente divulgadas. Para Lévy (2003), a inteligência coletiva é aquela que se distribui entre todos os indivíduos, que não está restrita para poucos privilegiados. O saber está na humanidade e todos os indivíduos podem oferecer conhecimento; não há

ninguém que seja nulo nesse contexto. Por essa razão, o autor afirma que a inteligência coletiva deve ser incessantemente valorizada. Deve-se procurar encontrar o contexto em que o saber do indivíduo pode ser considerado valioso e importante para o desenvolvimento de um determinado grupo como de um todo.

Graças à comunicação, se dá o acesso à informação e a busca pelo conhecimento, e com isso, os rompimentos que precisamos para evoluir como pessoas e seres vivos desse planeta, ajudando-nos a observar e entender os caminhos que trilhamos para o desenvolvimento de um todo, assim respeitando nossos limites e condições de vida, libertando-nos de paradigmas criados através da própria comunicação que foi condicionada a viver, a favor de um sistema que controla e detém do poder dos meios de comunicação que nos conduzem.

Na sociedade se estimula mais o trabalho para fim de consumo e posses, do que a pesquisa e compreensão da vida, que nos faz alcançar novos patamares para desenvolvimento humano de um todo. Sendo nós mesmos, produto do produto.

O ser humano tornou-se um ser dependente do um sistema criado, onde todos dependem de todos, seja para levar seus filhos à escola, educá-los, ou ter quem produza nossos alimentos (indústria ou pequeno produtor), quem faça nossas roupas, “dependemos de tudo”. E assim procuramos nosso papel na sociedade, que nos oferece as oportunidades do mercado.

A comunicação hoje se faz de maneira muito fácil e pode ser compartilhada através da internet, hoje todos nós passamos de meros espectadores e somos agentes da transformação, buscamos aquilo que nos convém, deixamos de ser receptores e passamos também a ser mídia, agentes de transformação, formadores de opinião, sem sermos filtrados a ver o que outras pessoas querem seguido por seus interesses, próprios e individualistas.

Em especial, a internet, possibilita reunir em um mesmo ambiente o coletivo de informações, e pode ser a responsável em organizar uma sociedade mais democrática e inclusiva, onde as identidades dos indivíduos são construídas no saber, o que pode permitir o encaminhamento de uma real democratização da informação.

CONCLUSÃO

Não podemos deixar de analisar que nossa condição nos fez assim, deixando-nos de ser grupos de trabalhadores, que compartilhavam suas ferramentas de trabalho a favor da nossa sobrevivência, para um momento da história, a ponto de deixarmos levar como proletários, a fim de um dia possuir ou obter mais conforto em nossas vidas.

O problema é o dinheiro que gira em torno de financiar ideias. O mercado só trabalha a favor do lucro, e usa da comunicação em forma de publicidade para atingir seus lucros, de acordo com sua oferta e demanda, de maneira a atender as necessidades das pessoas, ou até mesmo criar seus próprios desejos.

A comunicação é mágica, e a publicidade fascina. Ela tem a capacidade de expressar sentimentos e desejos em nossa vida, que é capaz de guiar todo o rumo de uma história, e o maior desafio é enxergar para onde vamos através dela.

De um modo geral a comunicação molda nossas vidas, e é a partir dela que se dá sentido ao que se quer. A comunicação é capaz de conduzir nossos pensamentos, e assim sermos levados por ela a pensar a favor de algo benéfico a nós mesmos. As pessoas vivem para superar crises. Na antiguidade, a mão de obra era acessível, pois não se havia maquinário, e a formação era pouca para aquela época, não se havia a tecnologia que há presente no mundo hoje. Qualquer pessoa se encaixava diante da sociedade como forma de trabalho. Hoje, com máquinas a favor do homem, se obtém muito mais resultado do que antigamente. E com tudo isso em sua volta, o homem se torna criativo para encontrar soluções no ambiente que está inserido.

A humanidade está sendo desperdiçada ao trabalhar a favor de um sistema econômico capitalista, onde a economia se baseia no acúmulo e não na necessidade humana, sendo forçados a isso.

Essa sociedade não prepara os jovens para uma visão de futuro, assim também, quem está na faculdade irá aprender a seguir o mercado, onde a

visão de futuro gira em torno do lucro, em seguir aquilo que nem sempre é benéfico ao meio ambiente ou a nós mesmos. A humanidade, mais uma vez, está desperdiçada em alimentar um sistema que automatiza suas vidas para promover o consumo, em vez do acesso a ciência, tecnologia e da educação. Só através do acesso a informações e com o estudo e análise delas, iremos preservar nosso planeta e nós de nós mesmos. Toda causa tem um efeito, e privar de informações é o que nos impede de evoluir.

ABSTRACT

This study aims to address the issue in the general context of communication, showing how we evolve as beings able to think and solve problems creatively when we are encouraged to think. Also addresses how communication automates the lives of people as to make them live in favor of what she offers them, since human labor can meet the needs of industry, in favor of itself. The main idea is to think about our actions not thought that often have a direct impact on the environment and how we relate to other people in our personal spheres, at work, in society, or as people, about to ask ourselves about these values which are merely dictated, and we accept, so we do not see in depth what is on the other side. Shows, however, how communication has evolved and benefited of humanity who had access to it, either through technology, science, education, or as ways of working in favor of their survival. Also addresses the advent of the internet on our lives, as key development and information, which enables integration of nations lofty levels, so that all can unite in a single language that unites our lives in favor of common goals.

KEYWORDS: Communication. Society. Relationships. Progress. Culture.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. São Paulo: eBooks Brasil, 2013.

FREIRE JR, O., PESSOA JR, O., and BROMBERG, JL., orgs. **Teoria Quântica: estudos históricos e implicações culturais** [online]. Campina Grande: **EDUEPB**; São Paulo: Livraria da Física, 2011. 456 p. ISBN 978-85-7879-060-8. Available from SciELO Books <<http://books.scielo.org>>.

MARX, Karl. **O fetichismo da mercadoria**. São Paulo: Martins Fontes, 1968.

LÉVY, P. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2003.

<http://www.brasilecola.com/historiag/o-capitalismo-financeiro.htm>

https://pt.wikipedia.org/wiki/Lei_da_oferta_e_da_procura

<https://www.youtube.com/watch?v=2TavnfSVRKg>

<http://www.infoescola.com/comunicacao/surgimento-da-imprensa/>

<http://www.hypeness.com.br/2014/01/cientista-faz-experimentos-com-agua-para-provar-que-o-pensamento-influencia-a-nossa-vida/>