

A Influência da Mídia e da Internet nos jovens contemporâneos a luz da Teoria da Sociedade Líquida. ¹

Bianca ASSUNÇÃO²

Damianny VIEIRA³

Laís RODRIGUES⁴

Centro Universitário Vale do Ipojuca – DEVRY UNIFAVIP, Caruaru, PE

RESUMO

O termo Sociedade Líquida seria a substituição da expressão pós-modernidade. Levando-se em consideração que a sociedade está em constante transformação e sua liquidez se dá por não conseguir tomar forma fixa, uma corrente de incerteza e insegurança guia o sujeito pós-moderno, que por consequência, se deixa influenciar pelos meios midiáticos, como: TV, Internet, Rádio, entre outras. Mídia, por sua vez, é uma expressão usada para designar os principais veículos de comunicação social que transmitem mensagens para a grande massa, objetivando atingir o público-alvo e influenciar no consumo e nas relações socioculturais estabelecidas por este. O presente artigo visa analisar, portanto, a influência, as transformações e a disseminação de valores da mídia dentro da sociedade, relacionando estes fatores à formação da opinião pública e comportamental dos jovens da atualidade.

PALAVRAS-CHAVE: Mídia; Sociedade; Comunicação; Influência; Modernidade.

INTRODUÇÃO

Partindo de uma breve contextualização sobre o estudo da sociologia, da sociedade e das relações interpessoais, associando-as com o uso da Mídia e Internet, é possível identificar uma grande mudança no comportamento dos jovens e nas relações sociais que os mesmos

¹Trabalho apresentado no IJ 02 – Publicidade e propaganda do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

² Aluna líder do grupo e estudante de graduação do 5º semestre de Comunicação Social com ênfase em Publicidade e propaganda do Devry – Unifavip, email: biancajohanny@hotmail.com

³Estudante de graduação do 5º semestre de Comunicação Social com ênfase em Publicidade e propaganda do Devry – Unifavip, email: aninha_rosecamp@hotmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Comunicação Social com ênfase em Publicidade e Propaganda do Devry – Unifavip, email: lais_hgr@hotmail.com

estabelecem. Assim, o presente artigo observa a Mídia como uma possível causa na mudança comportamental dos jovens e adolescentes atuais.

Começando pelo conceito de Zygmunt Bauman (2001), a modernidade ou sociedade líquida é a transformação de paradigmas socioeconômicos, políticos e culturais antes vistos como sólidos. Entende-se como Sociedade Líquida o rompimento de padrões que eram considerados sólidos, ou seja, tudo passa a ser modificado, transformado e aceitado pela sociedade.

Na contemporaneidade, os jovens estão se desligando do mundo real, das relações interpessoais e estão cada vez mais inseridos no meio e mundo digital, o que muitas vezes os levam a alienação, que traz como forte característica a influência comportamental dos jovens, tanto no modo de agir, vestir, pensar ou até aceitar-se dentro de determinados padrões. O principal desafio deste trabalho está em conseguir compreender como a Mídia influencia a sociedade (formação ou construção) na identidade dos jovens modernos. Tendo como objetivo compreender o tamanho da influência midiática exercida na sociedade moderna, que está em constante mudança e seus pontos positivos e negativos, principalmente no comportamento dos jovens.

UMA DEFINIÇÃO SOBRE O TERMO “SOCIEDADE” E O ARRANJO DESTA NA CONTEMPORANEIDADE

O termo sociedade, de acordo com o site “*Conceito de*” (2011), pode ser definido como um conjunto de indivíduos que fazem parte de uma cultura, com as suas maneiras de estar na vida e seus fins, que interagem entre si para formar uma comunidade. Embora as sociedades mais desenvolvidas sejam as humanas, é importante ressaltar que também existem as sociedades animais estruturadas pela sociobiologia ou a etologia social. As sociedades humanas são formadas por grupos populacionais habitadas em seu entorno. O conceito também implica em grupos ideológicos, econômicos e políticos que acrescentam na melhoria da sociedade. Na hora de analisar uma sociedade, são levados em conta fatores como: o grau de desenvolvimento, a tecnologia alcançada e a qualidade de vida. A sociedade do homem pré-histórico, por exemplo, estava organizada numa forma hierárquica, em que um chefe (o mais forte ou sábio do grupo) ocupava o poder.

De acordo com o conceito de evolução da sociedade, podemos observar na sociedade contemporânea que em virtude do consumismo algumas pessoas estão vivendo entorno do status, assim, tendo uma necessidade de impressionar as outras, acreditando que a única forma de conquistar a admiração, de poder chamar atenção é ostentando. Este pensamento de fato é preocupante, porque algumas pessoas estão se perdendo de valores essenciais e vivendo apenas para impressionar as outras. Com o grande acesso a informação, as pessoas estão sempre por dentro de todas as novidades do mercado, notícias, entretenimento, entre outros, por isso, podemos dizer também que vivemos na era da informação, onde somos bombardeados de conteúdo, que afetam diretamente e nos influenciam na decisão de compra e mudança de hábitos e costumes.

Para Takahashi (2001, p.90), “A sociedade da informação não é um modismo, representa uma profunda mudança na organização da sociedade e da economia, havendo quem a considere um novo paradigma técnico-econômico”. Esta mudança tende a crescer e modificar cada vez mais nosso cotidiano.

Podemos notar um grande avanço na sociedade contemporânea, com mudanças extraordinárias, onde os costumes e organizações já não são mais os mesmos. Temos como exemplo pequenos costumes que foram modificados com uso da tecnologia: pedir comida delivery, chamar um taxi, fazer reservas em hotéis e até transações bancárias que agora são feitas por aplicativos nos smartphones e tablets, além de comprar online no E-commerce. Tudo isso nos trouxe mais facilidade e mudou nossa forma de ver as coisas, queremos cada vez mais praticidade. Com isto, as organizações tentam se adaptar para alcançar este novo mercado, este novo tipo de consumidor, o consumidor moderno.

Isso acarreta pontos positivos e negativos nessa transformação: como ponto negativo pode-se enfatizar o uso excessivo da tecnologia, que vem trazendo alguns malefícios para a sociedade no geral, prejudicando as relações interpessoais, já que ninguém mais se desliga dessas mídias, as pessoas querem fazer a maioria das coisas pela Internet e acabam entrando no mundo cibernético de forma exagerada, perdendo muitas vezes o contato pessoal com outras pessoas. Como pontos positivos podem se destacar um grande leque de conteúdo para ser explorado e o excesso de conteúdos e informações que podemos extrair para nossa vida, podemos estudar com professores online, currículo online, entre outras facilidades que usadas de forma correta só nos ajudam.

Assim, de acordo com Zancan (1989), podemos observar os seguintes avanços em relação à produção de conhecimento:

“Os países desenvolvidos e um grupo cada vez maior de países têm colocado a produção de conhecimento e a inovação tecnológica no centro de sua política para o desenvolvimento. Fazem isto movido pela visão de que o conhecimento é o elemento central da nova estrutura econômica que está surgindo e de que a inovação é o principal veículo da transformação do conhecimento em valor. ” (Zancan, 1989, p.99).

Em cada sociedade, em todos os tempos, os seres humanos elaboraram explicações próprias para as situações que vivem. Estas eram explicações religiosas, místicas, culturais, étnicas, etc. No século XIX, a busca de outro tipo de explicação para os fenômenos da sociedade, a explicação científica, deu origem à Sociologia. A Sociologia é uma dessas formas de conhecimento, resultado das condições sociais, econômicas e políticas do tempo em que se desenvolveu. Ela nasceu em resposta à necessidade de explicar e entender as transformações que começaram a ocorrer no mundo entre o final do século XVII e o início do século XIX, decorrente da emergência e do desenvolvimento da sociedade capitalista. No decorrer do século XX, a Sociologia tornou-se uma disciplina mundialmente reconhecida. Das relações pessoais aos grandes conflitos mundiais, a sociologia investiga os problemas que afetam o nosso cotidiano, evidenciando a estreita relação entre as questões individuais e as questões sociais.

“Essa ação civilizatória tem como característica fundamental desmontar a realidade herdada, isto é, por ordem no que pode lhe causar mal-estar. Nesse contexto, percebe-se que na modernidade tal ação concentrava-se em por ordem no caos, buscando-se a beleza e a harmonia, enquanto que o impulso na pós-modernidade é pela liberdade individual. ” (Bauman, 1998, pags. 08 e 09).

O homem busca maneiras de escapar dos seus medos e conflitos, se vislumbrando com o que é oferecido pelas marcas e pela Mídia. A sociedade se torna líquida a partir do momento que as transformações e tecnologias passam a modificar nossa maneira de viver na sociedade, modificando também as relações interpessoais.

“A sociedade atual pode ser classificada como uma modernidade líquida (que seria uma substituição do termo pós-modernidade, que se tornaram muito mais uma ideologia do que um tipo de condição humana, como diz o autor), em contraposição à modernidade sólida que seria a modernidade propriamente dita, da época da guerra fria e das guerras mundiais. ” (Bauman, 2000, p. 70).

Em poucas palavras podemos afirmar que sociedade líquida é o tempo que vivemos hoje. É época de liquidez, incerteza e insegurança. O que era sólido passa a ser modificado.

A MÍDIA COMO INFLUÊNCIA NO COMPORTAMENTO NA “SOCIEDADE LÍQUIDA”

A cada dia que passa a mídia exerce forte influência da sociedade, impondo novas formas de vestir-se, agir e pensar. Temos como exemplo a transformação de estilo e personalidade, muitas vezes por vontade de ser aceito por determinados grupos.

A Mídia pode ser definida como atividade que envolve vários processos ligados ao uso dos meios de comunicação para a divulgação de uma mensagem publicitária. Estes processos envolvem técnicas específicas e talento criativo para fazer que estes meios sejam utilizados de forma eficaz.

As relações, instituições, quadros de referências, estilos de vida, crenças e convicções mudam antes que tenham tempo de se solidificar. Nesse contexto, as vidas humanas são transformadas em objetos de consumo. O ser humano deixa de ser sujeito e passa a ser objeto na relação de compra e venda. A Mídia tem forte influência no cotidiano, as pessoas estão cada vez mais conectadas, o acesso a informações e tendências chega as nossas mentes a todo o tempo. Com esse “mundo da informação” as pessoas sofrem mudanças que afetam no seu modo de vida e suas escolhas entre o meio social. Assim, as mudanças tecnológicas alteraram de forma significativa a comunicação de massa.

Para Wilson Dizard (2000), essas mudanças dividem a Mídia em duas partes: Mídia Antiga e Nova Mídia e a transição da velha para nova é liderada pela tecnologia. Entendem-se como Mídia antiga os meios mais tradicionais de divulgação, como: TV, Rádio, impressos, entre outros. E Nova Mídia, é o oposto, ou seja, são os meios que surgiram de acordo com o avanço tecnológico, como: Internet e as várias opções que ela oferece para trabalhar o público, se podem citar as Redes Sociais (Facebook, Instagram, entre outros), Google e Youtube, além de vários sites e blogs. A Internet é dos maiores meios de comunicação de massa existentes atualmente.

“Os meios de comunicação de massa estão entre os vários setores da comunicação que estão sendo transformados pelas novas formas de coletar, armazenar e transmitir informação. O fator comum nessa transição é a mudança para a informação da forma digital. “
(Dizard, 2000, p.24)

Atualmente, a Internet tem sido um dos meios mais utilizados pela população. Com ela, podemos praticamente realizar tudo o que desejarmos ou necessitarmos, pois a mesma abrange um grande e extenso local de meio de informações, comunicações e entretenimento. Podemos notar que sua importância para a atualidade não é pequena, afinal de contas, além de divertimento, comunicação, entretenimento, fonte de pesquisas e

estudos, ela exerce um papel importante no desenvolvimento econômico e social do país. Além de exercer forte influência nas decisões interpessoais. Vivemos em um mundo de transformação, a Sociedade deixou de ser sólida e estamos em constante mudança, gerando grande dependência no nosso cotidiano. A partir do uso excessivo da Internet, o jovem busca a sua liberdade individual, coisas novas, algo que transforme sua vida e deixe-a menos monótona, o homem moderno quer sair daquela velha rotina, ele quer experimentar e sentir tudo que for possível.

“A sociedade voltada ao uso da informação, a partir de uma revolução tecnológica, trazendo a ideia de que as novas tecnologias da informação estão integrando o mundo em redes interligadas globalmente. Existem múltiplas redes interligadas que se tornam fonte de formação, orientação e desorientação da sociedade, por isso, é que a informação representa o principal ingrediente de nossa organização social e os fluxos de mensagens imagens entre as redes constituem o encadeamento básico de nossa estrutura social. “
(Castells, 1999, p. 573)

Segundo Marilena Chauí (2004, pag. 172): “A produção ideológica da ilusão social tem como finalidade fazer com que todas as classes sociais aceitem as condições em que vivem, julgando-as naturais, normais, corretas, justas, sem pretender transformá-las ou conhecê-las realmente, sem levar em conta que há uma contradição profunda entre as condições reais em que vivemos. ”

Assim, podemos afirmar que é a massa que mantém as marcas vivas, a marca mantém a mídia e a mídia controla a massa, ou seja, a massa alimenta as marcas a partir do momento que as deixam entrar na sua vida, fazendo uso dos seus produtos e serviços. Estas marcas mantêm a mídia, pois o profissional de Mídia necessita das mesmas, porque é sua fonte de renda e por fim, a mídia controla a massa, a partir do momento que ela atinge seu público-alvo, conseguindo fazer com que as pessoas consumam mais e mais, agrega valor a marca e ao profissional de mídia, que tem como finalidade escolher os melhores meios para atingir esta massa.

A Mídia tem como função principal usar os melhores meios para atingir o público-alvo, fazendo isto de forma bem feita, ela também consegue agregar valor e status que a marca oferece.

O COMPORTAMENTO DOS JOVENS NA “SOCIEDADE LÍQUIDA”

O comportamento dos jovens traz consigo muitas características e influências para poder explicá-lo. Esse comportamento está ligado às regras que definem quando o jovem tem um comportamento dentro do padrão.

É normal que um adolescente transforme em protestos aquilo que ouve bagunçar na classe, ouvir o som no último volume, se acabar na balada de sábado e dormir o domingo inteiro, arrumar confusões com os colegas de escola ou nas festas, ter atitudes inesperadas. É provado cientificamente que o jovem independente de sua educação, ele possui um comportamento completamente diferente de um adulto.

Os jovens atuais estão cada vez mais conectados, antenados em tudo, com estilos e postura totalmente dos jovens de antigamente.

A Mídia impõe aos jovens modernos novas formas de se inserir em novos grupos sociais. Muitas vezes, o que eles querem é serem aceitos pelo outro e por isso, recorrem aos recursos causados pela influência midiática. Mudança de postura diante o outro, mudança de estilo de vestir-se, agir ou pensar, são algumas dessas mudanças. A Modernidade Líquida trás consigo essa liquidez, essa constante transformação e por isso, nós que vivemos neste tempo líquido aderimos essas transformações para nossa vida, nos deixamos influenciar por elas e com isso, ficamos dependentes das tecnologias e queremos ter aceitação nos grupos sociais de acordo com o que temos, seja produtos tecnológicos, gostos parecidos, entre outros. O jovem cria o desejo de ter determinado produto pelo status que ele agrega na suas relações interpessoais, muitas das vezes não é necessidade de ter, é vontade de ser aceito por ter o que outros grupos possuem.

MÍDIA X COMPORTAMENTO

Quando associamos o poder da Mídia e sua influência no comportamento dos jovens, identificamos que o meio midiático, principalmente a Internet exerce padrões e impõe mudança na vida dos jovens. Os jovens demonstram mudanças no seu cotidiano, a partir do momento que deixam ser influenciados pelos padrões impostos pela Mídia, mudança de comportamento e forma de vestir são as mais percebidas pelas pessoas presentes no seu convívio social.

A cultura do compartilhamento existe desde que o homem é homem, mas vem sendo potencializada por estas tecnologias, introduzindo no nosso cotidiano um cenário exaustivo de informações. Este grande acesso a informação faz com que os jovens mudem seus pensamentos e posturas diante o convívio social. Atualmente o jovem esquece-se de viver o mundo real, falta diálogo entre eles e a suas famílias, o seu modo de vestir é baseado do que é imposto por pessoas da moda (blogueiros, formadores de opinião, entre outros).

É comprovado que o uso excessivo dos meios digitais trás conseqüências no cotidiano dos jovens, eles usam sem medida e se deixam influenciar. Um dos problemas mais graves causados por este excesso uso do mundo digital é a alienação. A alienação é mais presente na vida do jovem do que pensamos, este turbilhão de novidades, mudanças e informações os deixam confusos em relação ao que seguir e como que querem ser vistos pelo outro. Muitos jovens aceitam todos os padrões que são impostos pela mídia e com isso mudam completamente seu comportamento, ficando, algumas vezes, agressivos também, por não conseguir se encaixar em determinado grupo social, por não está de acordo com os padrões de beleza, no corpo ideal, são essas aceitações que os jovens buscam no momento que se deixam influenciar. Muitos jovens também mudam o seu comportamento por vergonha de não se encaixar naquele meio social e por isso, acaba cedendo aos padrões impostos e que outros jovens seguem.

Mas, também podemos tirar pontos positivos do uso das mídias, TV, Rádio e Internet oferecem opções de entretenimento e conhecimento. Na Internet ainda temos acesso a um grande conteúdo relacionado a todos os temas, informações rápidas, notícias, podemos fazer coisa que antes só faríamos em meios distintos, temos como exemplo a TV e o Rádio, que agora podemos ver e ouvir online, transações bancárias, entre outros. Enfim, a Internet nos fornece maneiras de facilitar nosso dia-a-dia.

Somos bombardeados por informações por todos os lados, só não podemos deixar as mesmas dominarem a nossa vida, nossa forma de agir, pensar ou se comportar dentro do meio social.

Contudo, é notável que a Mídia que determina o status de determinado produto e marca, usando todas as formas de persuasão possíveis e faz com que isto fique presente na cabeça do consumidor, influenciando na sua decisão de compra de produtos e serviços.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho vemos como é notável a presença da Mídia na sociedade, onde o mundo está em constante mudança. A era da transformação e informação molda os novos jovens. Essa modernidade líquida (ou pós-modernidade) tende a ficar cada mais líquida, ou seja, dia após dia aparecem novas tecnologias, novas formas de transmitir e compartilhar conteúdo e com tudo isto, a sociedade se adapta e se transforma, mudam os seus hábitos, forma de agir, pensar, vestir e até se comportar dentro no convívio social.

A partir desse breve artigo, pode-se notar que assim como a sociedade se transforma os meios de comunicação também. Essa alteração muda os padrões sociais, essa mídia exerce papel dominante sobre as pessoas, utilizada como exemplo, o uso da internet afeta no dia-a-dia de todas as pessoas, o excesso de informação, sua rapidez e agilidade em transmitir coisas novas a todo o momento acaba trazendo outras formas do jovem ver o mundo ao seu redor, ele passa então a se transformar, seguir tendências impostas pela mídia e a massa, e respectivamente, transforma a sociedade.

Com esta pesquisa tivemos a confirmação da mudança de comportamento dos jovens modernos devido ao uso excessivo das novas mídias. Este artigo pode ser expandido para um estudo mais detalhado a cerca dessa discussão. Podemos utilizá-lo como base para uma pesquisa de campo, com participação dos jovens de forma direta, expondo suas opiniões e as mudanças sofridas pelos mesmos. Este estudo pode ser feito também por outras áreas, além da Comunicação Social, é um tema que se enquadra a Psicologia, por se tratar de um estudo do ser humano.

No curso de Comunicação Social com ênfase em Publicidade e Propaganda é de suma importância ter o conhecimento a cerca destas mudanças comportamentais, pois, a partir delas, pode-se estudar o consumidor e saber qual a melhor forma de atingir o público-alvo e garantir o sucesso das marcas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMAN, Zygmunt. Modernidade Líquida. Volta Redonda – RJ: Editora Zahar, 2000.

CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1996.

CHAUÍ, Marilene. Convite à Filosofia. Itabuna – BA: Editora Ética, 1995.

DIZAR, Wilson. A Nova Mídia. Volta Redonda – RJ: Editora Zahar, 2000.

TAKAHASHI, Tadão. Sociedade da informação no Brasil. Brasília – DF: Editorial, 2000.

ZANCAN, Glaci. Ciência, tecnologia e inovação. Brasília – DF: Editorial, 2001.

CONCEITO DE. Conceito de sociedade.

Disponível em: <http://conceito.de/sociedade>. Acesso em 16 de março de 2016.

ARTIGONAL. Características da sociedade contemporânea. Disponível em: <http://www.artigonal.com/desigualdades-sociais-artigos/caracteristicas-da-sociedade-contemporanea-aspectos-que-motivam-o-consumismo-incentivando-o-ter-em-detrimento-do-ser-5343267.html>. Acesso em 16 de março de 2016.

COMUNICAÇÃO E TENDÊNCIAS. O comportamento do consumo e o comportamento dos grupos de referencia. Disponível em: <http://www.comunicacaoetendencias.com.br/o-comportamento-de-consumo-e-a-influencia-dos-grupos-de-referencia>. Acesso em 16 de março de 2016.

UNIVERCIÊNCIA. Características das relações interpessoais na contemporaneidade. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/versoereverso/article/viewArticle/5763/5221>. Acesso em 16 de março de 2016.