

**FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS DE
SERGIPE – FANESE**
NÚCLEO DE PÓS-GRADUAÇÃO E EXTENSÃO – NPGE
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO “LATO SENSU”
ESPECIALIZAÇÃO COM MBA – ASSESSORIA DE
COMUNICAÇÃO INTEGRADA

CIBELE MARIA SILVA LEMOS

**A TRANSFORMAÇÃO NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO
DIANTE DAS NOVAS MÍDIAS**

**ARACAJU/SE
2009**

CIBELE MARIA SILVA LEMOS

**A TRANSFORMAÇÃO NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO
DIANTE DAS NOVAS MÍDIAS**

**Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Núcleo
de Pós-Graduação *Lato Sensu* da FANESE, como
requisito para obtenção do título de Especialista com
MBA em Assessoria de Comunicação Integrada.**

Orientador(a):

**ARACAJU/SE
2009**

CIBELE MARIA SILVA LEMOS

**A TRANSFORMAÇÃO NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO
DIANTE DAS NOVAS MÍDIAS**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Núcleo de Pós-Graduação *Lato Sensu* da Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe – FANESE, como requisito para obtenção do título de Especialista com MBA em Assessoria de Comunicação Integrada.

Avaliador: Sérgio Andrade Galvão

Coordenador do Curso: Sérgio Luiz Elias de Araújo

Aluna: Cibele Maria Silva Lemos

Aprovado(a) com média: 8,5

Aracaju, 07 de dezembro de 2009

Agradecimento

Este trabalho é o resultado de um grande esforço, onde muitas pessoas contribuíram para a sua execução.

Com isso, quero agradecer a Deus e a todos os seres etéreos.

À minha família, que está sempre presente em momentos importantes de minha vida. Um agradecimento especial a minha cunhada Nayara.

A todos os mestres que nos acompanharam nessa jornada, em particular, aos que tive a oportunidade de reencontrar estimulando-me a seguir em frente.

Aos novos laços firmados entre colegas e amigos, deixo um abraço carinhoso.

Dedico este trabalho aos meus pais, familiares, sobrinha, mestres e amigos.

Pela Internet

*Criar meu web site
Fazer minha home-page
Com quantos gigabytes
Se faz uma jangada
Um barco que veleje
Que veleje nesse informar
Que aproveite a vazante da infomaré
Que leve um oriki do meu velho orixá
Ao porto de um disquete de um micro em Taipé
Um barco que veleje nesse infomar
Que aproveite a vazante da infomaré
Que leve meu e-mail até Calcutá
Depois de um hot-link
Num site de Henlsinque
Para abastecer
Eu quero entrar na rede
Promover um debate
Juntar via internet
Um grupo de tietes de Connecticut
De Connecticut acessar
O chefe da macmilícia de Milão
Um hacker mafioso acaba de soltar
Um vírus pra atacar programas no Japão
Eu quero entrar na rede pra contactar
Os lares do Nepal, os bares do Gabão
Que o chefe da polícia carioca avisa pelo celular
Que lá na praça onze tem um videopôquer para se jogar*

Gilberto Gil

RESUMO

As transformações que acontecem no mundo digital trazem todos os dias uma nova maneira de se enxergar o universo da informação. Através das novas mídias, a informação chega ao seu público a uma velocidade cada vez maior. O universo on-line ocupa espaços onde menos se espera, sendo uma das maiores características das novas mídias, a interatividade. Nesse contexto, inúmeros meios e ferramentas são criados para que o público encontre o acesso fácil, viável e inteligível. O mundo atual vive um momento de transição totalmente tecnológico, onde nem sempre a sociedade acompanha o seu desenvolvimento. Percebe-se então um conjunto de pessoas totalmente analfabetas, pois quem não sabe manusear as redes de computadores e compreender o mundo digital está em grande desvantagem. A mídia digital é utilizada para informação ou lazer em qualquer setor da sociedade, evoluindo a cada dia com seus inventos surpreendentes.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação. Interatividade. Mídia digital. Sociedade. Tecnologia.

SUMÁRIO

RESUMO	
1 INTRODUÇÃO	11
2 UM NOVO JEITO DE SE COMUNICAR	14
2.1 A Interatividade e o Futuro da Comunicação	17
3 SOCIEDADE TECNOLÓGICA	20
4 COMUNICAÇÃO: CRISE E ACESSIBILIDADE	22
CONSIDERAÇÕES FINAIS	24
REFERÊNCIAS	25
ABSTRACT	27

Com relação aos objetivos específicos tem-se o seguinte: a) asseverar existência de novas mídias que auxiliam na comunicação, principalmente a comunicação jornalística, bem como de uma tendência universal de convergência dos meios tecnológicos, ditando uma necessidade real de aprimoramento pessoal desse profissional em comunicação; b) demonstrar a forma com que se apresenta essa evolução midiática e a conduta dos profissionais ao lidar com as inovações; c) enumerar as consequências da falta do conhecimento potencial dessas novas mídias pelos profissionais que as operam, bem como ressaltar a deficiência de estudos profundos sobre a matéria.

O tema em estudo, por conseguinte, possui grande importância no meio social, pois abarca vários ramos das ciências humanas, afetando a todos, a exemplo da Sociologia (quando estuda fenômenos sociais acarretados pelo acesso a informação célere devido às diversas mídias e a convergência destas), a Filosofia (vez que os avanços tecnológicos e a interatividade na comunicação humana influenciadas por essa nova maneira de informar incentiva a busca pelo conhecimento e fomenta grandes discussões éticas e morais) e finalmente, a Ciência de Comunicação social e da Antropologia, pois o tema em estudo é objeto direto dessas ciências.

Metodologicamente, o trabalho se desenvolve pela pesquisa qualitativa como forma de abordagem do problema, coletando-se dados por meio de uma pesquisa bibliográfica da doutrina, utilizando livros, periódicos e textos extraídos da internet, envolvendo os ramos acima colacionados, pela multidisciplinaridade que envolve o tema. Não obstante, efetuou-se a pesquisa exploratória, com o intuito de tornar o tema mais conhecido, compreendendo enquanto natureza da pesquisa a básica ou pura e utilizando o método indutivo e comparativo.

Vale ressaltar que todo material encontrado não demonstra uma fórmula própria para a execução do texto jornalístico, mesmo porque, cada profissional tem um estilo próprio de conduzir o seu trabalho. Manter-se bem informado é papel indispensável para se obter o bom resultado do trabalho desenvolvido pelo jornalista. Assim, para atuar nesse ambiente profissional é necessário estar bem atualizado e conectado ao que acontece com os novos meios de comunicação.

Nesse processo de revolução tecnológica, quem não está adaptado ao mundo moderno torna-se marginalizado, excluído. Por outro lado, há indicativos que a comunicação de massa tenha entrado em crise, uma vez que a facilidade em gerar informação, leva ao grande público, a acessibilidade.

O presente trabalho é composto por três capítulos, sendo o primeiro capítulo uma análise histórico-evolutiva do tema, bem como seus reflexos sociais, pontuando conceitos relevantes sem os quais não se poderia compreender o estudo proposto; o segundo, uma abordagem específica da revolução tecnológica e suas consequências; o terceiro, uma reflexão sobre a comunicação, seu domínio na vida social e sua conexão com a evolução das tecnologias e as novas mídias proporcionando maior acessibilidade e acarretando em uma crise no exercício da dialética em busca de conhecimento sólido, bem como produzindo certa dificuldade na sedimentação das informações, vez que a celeridade de acesso ao conhecimento torna-o, pelo imediatismo moderno, superficial e facilmente descartável.

2 UM NOVO JEITO DE SE COMUNICAR

Profundas mudanças têm ocorrido nas diversas camadas sociais com as inovações das tecnologias da informação e comunicação, proporcionando novas práticas culturais e sociais. De acordo com o filósofo e educador canadense, Herbert Marshall McLuhan, toda tecnologia é uma extensão do homem, pois para ele:

A roda é uma extensão do pé, uma vez que amplia a capacidade de locomoção. A roupa, uma extensão da pele, pois também acaba exercendo a mesma função que ela. Com os meios de comunicação não poderia ser diferente. (MCLUHAN, 2005, p. 125)

Nesse sentido, as novas mídias e a facilidade de sua convergência mostram-se como parte do processo através do qual se têm múltiplas funções dessas ferramentas em um mesmo aparelho. A maneira como essas novidades são introduzidas nos meios de comunicação demonstram a evolução e renovação causada nas pessoas. Empresas de mídia impressa e on-line, emissoras de rádio e televisão e a própria internet competem entre si para ganhar a atenção de seu público-alvo.

O mestre e doutor em Ciência Política, Sérgio Amadeu da Silveira, expõe em seu estudo sobre convergência como algo que faz parte de uma mudança cultural. Ele chegou a essa conclusão diante das experiências adquiridas através de Henry Jenkins, para quem há uma mudança cultural e comportamental por parte do público de uma maneira geral.

Na acepção de Henry Jenkis (2008, p.29), convergência é, em verdade, um fluxo de conteúdo que transita por meio de mídias variadas, buscando a integração entre seus diversos setores. Isso marca o comportamento inconstante dos públicos que migram por várias mídias em busca das informações e experiências que desejam. Assim, a convergência denota uma palavra e descreve um fenômeno humano oriundo das transformações tecnológicas, industriais, culturais e sociais que assume características, formas e objetivos variáveis dependendo do alicerce e do ponto de referência a que está vinculado.

Isso acontece devido às constatações, onde o público tem migrado de um comportamento de meros expectadores (passivos), para tornarem-se mais participativos (interativos). Por outro lado, as empresas têm investido em tecnologia, ao ponto de hoje, durante a transmissão de um telejornal, o telespectador ter condições de opinar sobre aquele assunto em discussão em tempo real. É o reflexo do novo modo de se comunicar.

Poder-se-ia falar em exclusão social das camadas economicamente desfavorecidas, vez que a realidade social do Brasil impõe a grande parte da população um limite de consumo dessas novas tecnologias. Assim, em outras palavras, nem todos têm acesso a computadores conectados com a internet. Entretanto, fenômenos como o da convergência e a implementação de políticas públicas a exemplo da Inclusão Digital, atenua essa barreira econômica e social.

Dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2008, descreve o Brasil como um país que caminha rapidamente para a modernização. Entre os anos de 2007 e 2008, quase 18 milhões de residências no país passaram a ter computador conectado à internet, um crescimento de 21%, sendo que na região Nordeste esse aumento passou de 8,8 para 11,6%.

Esse é o resultado dos avanços, pois à medida que esses bens tornam-se cada vez mais atraentes para o público, com preços mais acessíveis para o consumidor, a tecnologia fica mais próxima de grande parte da sociedade brasileira. Adquirir um computador passou a ser um investimento em termos de educação, pois as escolas, governos e a população compreendem que é algo que não se pode deixar de ter.

Símbolo de rapidez e eficiência, a internet transforma-se no meio mais prático de fazer com que a informação chegue ao grande público, pois as notícias são transmitidas em tempo real. Percebe-se então, que as grandes empresas insertas no mercado de comunicação, já consolidadas e que utilizam há tempos os tradicionais meios comunicação, continuam como verdadeiras potências mesmo quando se trata de jornalismo on-line. Os veículos de comunicação (jornais e emissoras de rádio e televisão) passaram a acompanhar a revolução tecnológica. O que antes parecia uma vaga ideia de futuro ou uma obra de ficção tornou-se realidade.

Como parte integrante dessa avalanche de inovações nos meios de comunicação, todos os profissionais que trabalham nesta área precisam se adequar ao novo cenário, uma vez que no jornalismo atual não cabe ou coube estar à margem das novas tecnologias. É preciso acompanhar o ritmo da evolução, sem perder a qualidade do trabalho.

O artigo escrito pela diretora do Centro de Informação em Mídias Digitais da PUC-SP, a doutora Lúcia Santaella, a respeito dos novos desafios da comunicação, assevera que “a multiplicação dos meios de produção, transmissão e armazenamento de

linguagens e informações vem dando à comunicação um papel central em todos os setores da vida social e individual". Notadamente, esse papel de relevância exercido pela comunicação obriga o profissional a ser responsável pela sua própria qualificação, a fim de exercer plenamente o seu papel social, observando os preceitos éticos e morais.

Entretanto, é importante analisar que a quantidade de meios de comunicação disponíveis hoje, põe o ser humano diante de uma gama de informações jamais imaginada anteriormente. Observe que os escritos de Umberto Eco, em idos 1979 já apontavam para uma acessibilidade de informação e, consequentemente, uma disseminação cultural, ao afirmar em sua obra *Apocalípticos e Integrados* que “vive-se hoje uma época de alargamento da área cultural” (1979, p. 8). Na visão dele, a televisão, o jornal, o rádio, o cinema e a história em quadrinhos, o romance popular colocam os bens culturais à disposição de todos.

Hoje, com a transformação dos meios de comunicação diante das novas mídias, o que se entendia por alargamento cultural transformou-se em globalização redefinindo continuamente as fronteiras físicas, econômicas, intelectuais e culturais. Assim, os tradicionais veículos de comunicação conseguem abraçar nichos de mercado em diversas partes do mundo, com a finalidade de conquistar os seus usuários, através de uma roupagem totalmente inovadora e atraente: a internet.

Numa entrevista ao programa Globo Universidade, transmitido pela rede Globo de Televisão, Santaella vai mais adiante:

A grande revolução mesmo foi a do PC. O computador pessoal começou a habitar a nossa casa, nós começamos a trabalhar com ele, mas ele era uma caixa fechada onde a gente guardava dados e conseguia escrever textos. De repente, quando a coisa se abre para processos de comunicação à distância, de indivíduo para indivíduo em qualquer parte do mundo, aí explode isso que a gente chama de revolução digital.

2.1 A Interatividade e o Futuro da Comunicação

Muitas vezes as coisas já estão presentes e de forma tão banal na sociedade que não se pensa em perguntar o que elas são de fato, tal é a capacidade de influência que a internet exerce na sociedade. A internet interage e transforma substancialmente qualquer empresa, grupo escolar ou residência, através de seu poder de interligar computadores de uma forma global por meio de linhas de telefone, cabos submarinos ou canais de satélite.

O mestre em Ciência da História e doutor em Sociologia e Ciência da Informação e da Comunicação, Pierre Lévy, define a internet como um espaço de comunicação propriamente surrealista, do qual ‘nada é excluído’, nem o bem, nem o mal, nem suas múltiplas definições, nem a discussão, que tende a separá-los sem jamais conseguir. Ele vai mais além, quando revela que a internet encarna a presença da humanidade a ela própria, já que todas as culturas, todas as disciplinas, todas as paixões aí se entrelaçam. Na visão dele, nesse universo, tudo é possível, pois ela manifesta a conexão do homem com a sua própria essência, que é a aspiração à liberdade.

O termo interatividade ganhou destaque através das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTIC), constituindo a geração digital. O fato é que a interatividade é baseada na disposição ou predisposição da aliança entre o emissor e o receptor, onde deve acontecer a reciprocidade. Isso mostra a capacidade de expansão para que haja cada vez mais comunicação e troca de informação, ou seja, mais participação.

Numa entrevista especial ao repórter do periódico Folha de São Paulo, Contardo Calligaris, em 1995, Umberto Eco fez as seguintes considerações:

Ninguém pode escrever hoje uma teoria das mídias, porque é como fazer uma teoria da semana que vem. Não dá para escrever uma teoria do futuro, mesmo que você seja futurologista. (...) Uma teoria da internet feita hoje, será ultrapassada daqui a três meses. Só dá para elaborar, considerar criticamente, mas não se pode fazer profecias.

O doutor em comunicação e professor da Universidade Federal da Bahia, Ufba, André Lemos, (2002, p. 75), revela que agora, devemos, para que haja acontecimento, ver e interagir, simultaneamente, com a obra. Este agir se dá através da interatividade

digital. “Tornado-nos, não mais leitores, no sentido estrito, mas atores, exploradores, navegadores”.

Diante do que hoje é conhecido como aldeia global, homens de diversas camadas sociais estão inseridos em tribos. Marshall McLuhan revela seu pensamento dizendo que o ambiente criado pelo homem torna-se um meio de definir seu papel nele. Para McLuhan, a invenção da imprensa produziu o pensamento linear, em sequência, separando o pensamento da ação. Com a televisão e canções folclóricas, o pensamento e a ação estão mais próximos e o comprometimento social é maior. Agora se vive de novo numa aldeia.

Certamente, Johannes Gutenberg ao contribuir para a tecnologia da impressão e tipografia, colaborou também para o crescimento da informação sem limites, pois na época dele, os livros impressos e a informação eram restritas aos religiosos. Algo bem diferente do que se vê hoje, uma vez que no período em que foi inventado, o computador representava uma peça para uso doméstico e acreditava-se que não tinha futuro. Na atualidade, a mídia digital é utilizada para informação em qualquer setor da sociedade.

Fundamentada por avanços tecnológicos, a história da sociedade presenciou o crescimento da informação e do conhecimento, contribuindo assim, para o desenvolvimento. Isso fica evidente com o pensamento de Thomas Davenport onde diz que “todos os computadores do mundo de nada servirão se seus usuários não estiverem interessados na informação que esses computadores podem gerar” (DAVENPORT, 2000, p. 11).

A transmissão de dados entre várias cidades foi consolidada e os jornais impressos precisaram se adequar a esta novidade. Em se tratando disso, as empresas já estabilizadas no mercado e os profissionais precisaram reinventar o jornalismo, não só a maneira de escrever, como também a forma, pois o texto além de claro e conciso, precisa também ser enxuto, uma vez que os olhos da maioria dos leitores cansam diante da tela.

O mestre em comunicação pela Universidade de Marília, Ricardo Cassiolato Torquato (2005, p. 38), mostra que quando se faz leitura de textos em um computador, os olhos do internauta piscam menos de 16 vezes por minuto. “Esta é a freqüência de uma pessoa em repouso. Piscando menos, os olhos tendem a ficar irritados em menos de uma hora. Este fato diminui o tempo de permanência e de leitura em frente à tela”.

A doutora e mestre em Ciências da Computação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), Margarida Maria Krohling Kunsch, fala da nova cultura, como:

No centro de tudo isso, podemos enxergar uma sociedade complexa e dialética, impregnada por essa ‘nova cultura’ (da informática, da rapidez, da simplificação das coisas), que provoca mudanças no nível macro (sistema social global), no nível micro (organizações) e no homem individual. (KUNSCH, 1997, p. 136)

Mais do que promover mudanças no modo de comunicação, o ciberespaço causa transformações na cultura e em padrões da sociedade. A comunicação acontece de todos para todos, qualquer receptor se transforma em transmissor de informações. Um espaço totalmente interativo, onde tudo passa a funcionar de forma nova. Com as inovações nas atividades do comércio, educação, publicidade, até mesmo a ideia de identidade foi transformada após a invenção do e-mail.

3 SOCIEDADE TECNOLÓGICA

Anunciada ao mundo, em 1991, o maior avanço do setor cibرنtico foi a criação da World Wide Web. No âmbito comunicacional, a internet revolucionou a forma de captar e disseminar a informação. O fenômeno do jornalismo on-line transformou os critérios da imprensa, pois a brevidade ou a notícia imediata ganhou imenso destaque porque, cada vez mais, as pessoas precisam de maior quantidade de informações num menor espaço de tempo.

A evolução da comunicação através da rede de computadores, mais propriamente, a internet, marcou uma profunda mudança com a entrada dos jornais brasileiros no ciberespaço. Essa nova fase revela que o jornalismo on-line buscou o modelo do impresso, porém trazendo uma nova roupagem, uma vez que se utiliza de tecnologias e transmite dados em tempo real.

Torquato (2005, p. 14), afirma que no período inicial de utilização da Internet para veiculação de notícias, os conteúdos eram transpostos dos veículos que deram origem às versões on-line. Para ele, a transposição foi feita simplesmente como forma de demarcar o espaço dos veículos tradicionais na World Wide Web.

É importante frisar que na era digital, o profissional de comunicação precisa dominar a tecnologia, saber como funciona e como manipular. Também é necessário conhecer as perspectivas futuras a fim de atender a demanda das novas ciências. As pessoas têm usado cada vez mais os recursos oferecidos pela internet.

A prova disso são os milhares de e-mails enviados e recebidos todos os dias por milhões de pessoas, o uso do MSN Messenger para falar com amigos, colegas de trabalho ou familiares. Em até 15 segundos já é possível ter acesso a uma informação quando se pesquisa qualquer assunto. Algo que antes levaria horas numa biblioteca convencional. Afirma Lemos:

Na pós-modernidade, o sentimento é de compressão do espaço e do tempo, onde o tempo real (imediato) e as redes telemáticas, desterritorializam (desespacializam) a cultura, tendo um forte impacto nas estruturas econômicas, sociais, políticas e culturais. (LEMOS, 2002, p. 72)

Acompanhar o ritmo e os avanços da tecnologia merece de todos os seres humanos uma atenção especial. É importante fazer um apanhado quase diário para saber

do que se trata, afinal de contas, cabe a todos manter-se atualizado sobre o que acontece no mundo digital, pois isso não é apenas uma obrigação de quem escreve ou edita. Outro elemento interessante e que merece consideração é o fato de a sociedade ter incorporado a tecnologia como algo comum, pois já faz parte da rotina diária ler os milhares de e-mails, escrever nos blogs, sites de relacionamentos ou, simplesmente, twittar.

Todos os dias, milhares de seres humanos se rendem ao poder da tecnologia. A mídia on-line cresce expressivamente sem, porém, se desvincular totalmente da mídia tradicional.

Ao pensar a história do desenvolvimento tecnológico, vive-se hoje a fase da cibercultura.

As ideologias da modernidade perdem forças e são substituídas pela ênfase no presente, numa sociedade cada vez mais refratária às falas futuristas, cada vez mais submersa em jogos de linguagem. Estamos no vácuo espaço-temporal que alguns chamam de fim da História. (LEMOS, 2002, p. 57).

Nesse contexto, o pensador Pierre Lévy, mostra uma preocupação onde não se deve confundir a cibercultura com uma subcultura particular, a cultura de uma ou algumas “tribos”. Há bem pouco tempo, as pessoas reaprenderam uma nova maneira de se expressar, de se comunicar. O aperfeiçoamento dos meios de comunicação e o tratamento dado à informação representam uma evolução de seu mecanismo.

A idéia de pós-modernidade aparece na segunda metade do século XX com o advento da sociedade de consumo e dos mass media, associados à queda das grandes ideologias modernas e de idéias centrais como história, razão, progresso. Agora, os campos da política, da ciência e da tecnologia, da economia, da moral, da filosofia, da arte, da vida quotidiana, do conhecimento e da comunicação vão sofrer uma modificação radical. (LEMOS, 2002, p. 67)

Na versão da professora Santaella (2001, p. 1), a entrada do século XXI deverá ser lembrada no futuro como a entrada dos meios de comunicação em uma nova era: a da transformação de todas as mídias em transmissão digital, como se o mundo inteiro estivesse, de repente, virando digital. Transmissão digital quer dizer a conversão de sons de todas as espécies, imagens de todos os tipos, gráficas ou videográficas, e textos escritos em formatos legíveis pelo computador.

4 COMUNICAÇÃO: CRISE E ACESSIBILIDADE

Com o intuito de crescer e produzir para ser cada vez mais visto, lido e comentado, os meios de comunicação estão mais acessíveis. A população, que fica do outro lado da situação, consegue acesso à informação de maneira mais rápida. Nascida através da imprensa, a comunicação de massa encontra-se em crise. Isso acontece devido ao grande número de meios, hoje, mais abrangentes demonstrando toda sua potencialidade com a implantação da internet.

A chegada da década de 90 fez surgir um novo cenário onde os antigos meios de comunicação iniciaram o processo de interação com as novas tecnologias e seus públicos diversos. Chamada de era da informação pelo espanhol e estudioso Manuel Castells, a essência da comunicação está inserida em todas as atividades humanas, causando verdadeiras modificações nos domínios da vida social, tudo por conta da disseminação da internet. Isso claro, “com consideráveis diferenças em suas consequências para a vida das pessoas, cultura e instituições” (Castells, p. 225, 2003).

Por ser mais um meio para se fazer jornalismo, com a utilização da web, a tendência é mesmo a mudança na forma de se fazer, buscar e propagar a informação. O exemplo mais claro disso é a utilização de e-mails que causou uma variação comportamental no modo como as pessoas se comunicam ou, as grandes empresas que instalaram redes de comunicação para encurtar o tempo e agilizar a produção interna e externa. Como parte integrante deste processo, os grandes veículos de comunicação impressos se utilizam dos portais para veicular as notícias do dia.

No mundo da notícia não cabe mais estar à margem dessa realidade. Essa constatação vem da prática, uma vez que a população se adaptou ao novo modo de ler a notícia. O mestre e doutor em Ciência da Comunicação, José Benedito Pinho, descreve a internet como:

Uma ferramenta bastante distinta dos meios de comunicação tradicionais – televisão, rádio, cinema, jornal e revista. Cada um dos aspectos críticos que diferenciam a rede mundial dessas mídias – não linearidade, fisiologia, instantaneidade, dirigibilidade, qualificação, custos de produção e de veiculação, interatividade, pessoalidade, acessibilidade e receptor ativo – deve ser mais bem conhecido e corretamente considerado para o uso adequado da Internet como instrumento de informação. (PINHO, 2003, p. 49)

A abertura para essa nova maneira de ler a notícia fez surgir a versão on-line dos jornais impressos e, como consequência, as agências de notícias governamentais. Quando comentou sobre a evolução histórica da comunicação e seus meios, o professor e jornalista Antônio Fernando Costella, disse o seguinte:

Talvez se perca, no futuro, a noção de divisa entre jornais, rádio, televisão atualmente entidades estanques. A eletronização total da comunicação conduzirá à criação de sistemas multimeios, onde a notícia, a instrução e o entretenimento se integrem no mesmo vídeo e respectivo amplificador de som. Por um mesmo caminho eletrônico nos chegarão todas as informações que agora são trazidas por meio de livros, jornais e revistas, discos e fitas, telefone e rádio, cinema e televisão. E mais, essa avalanche de informações nos será disponível a todo instante, pois estarão arquivadas em computadores. (COSTELLA, 2001, p. 218)

Essa integração de pensamento e a constante troca de mensagens quase que instantâneas ou em tempo real tem feito com que a sociedade experimente um novo modelo de relacionamento. Por isso, os grupos de salas de bate-papo virtuais tem se multiplicado momentaneamente para discutir assuntos diversos que envolvem política, educação, artes, comunicação, comércio ou mesmo cultura.

A virtualização pode causar um intenso processo de desmassificação sobre a humanidade, pois essa busca constante e frenética pelo universo digital merece algumas considerações. Em entrevista concedida ao jornal O Estado de São Paulo, para o jornalista Ethevaldo Siqueira, na coluna sobre Tecnologia da Informação e Comunicação, o especialista em apontar tendências para o futuro, Alvin Toffler, afirma isso.

Na opinião dele, essa predisposição não se reflete apenas na mídia, mas em toda a infra-estrutura social. Dados apresentados por Toffler revelam que em 2006 o mundo produziu 161 exabytes de informação, incluídos voz, dados, programas de rádio, imagens, textos, gráficos, filmes, vídeos, mensagens da internet (exceto spams). Esse volume de bytes corresponde a 12 pilhas de livros cobrindo a distância da Terra ao Sol.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o passar dos tempos, a comunicação tornou-se cada vez mais eficaz, passando do telefone ao rádio, da televisão à informática e, hoje, aos multimídias. Dessa forma, a dimensão técnica da comunicação suplantou a dimensão humana e social, a tal ponto que muitos veem na sociedade de amanhã uma “sociedade da comunicação” quando seria resolvida a maior parte dos males da humanidade.

O movimento totalmente tecnológico se desenvolveu com o conceito de liberdade de informação, apontando a comunicação com o ideal de grandes valores da sociedade. Na sociedade contemporânea, refletir sobre essas questões é tarefa interessante tamanha é sua complexidade.

A inovação das novas mídias está relacionada a uma mudança cultural. Jean Baudrillard, por exemplo, se opõe a McLuhan e, de forma bastante pessimista, propõe que, com as novas tecnologias de comunicação, não há uma retribalização, mas uma mera circulação de informações.

Para ele, esta situação coloca as pessoas como indivíduos terminais que comutam entre si, sem nenhuma interação. Na visão de Baudrillard, o ciberespaço só permite simulação de interação e não verdadeiras interações. Ele entende que a interação só acontece quando há contato físico. Para o polêmico pensador francês, os novos media aumentam a espiral destruidora e autista da comunicação, próximo, como veremos, das posições de Lucien Sfez e Paul Virilio.

A sensação causada diante de todas essas explanações é que quanto maior o número e a capacidade de trocar informações, mais distante o ser humano se coloca da realidade pessoal, já que vive num mundo inteiramente virtual. Pelas novas modalidades de comunicação, há um esquecimento coletivo diante da gama de informações do que é transmitido em tempo real ou do ao vivo. Isso acontece por conta da necessidade de respostas imediatas, não privilegiando o pensamento, o debate ou o mesmo o exercício da memória.

Uma coisa é fato: os novos meios produziram uma verdadeira renovação na forma de negociar, trabalhar, aprender, se relacionar e até mesmo de pensar, proporcionando liberdade para que todas as pessoas possam se comunicar e opinar sobre quaisquer assuntos. E, como bem disse o compositor baiano Gilberto Gil, “[...] eu quero entrar na rede, promover um debate [...]”.

REFERÊNCIAS

CALLIGARIS, Contardo. Eco-Logia. **Folha de São Paulo**, Nova York, 1995. Disponível em: <http://biblioteca.folha.com.br/1/02/1995051401.html>, acessado em 01 de outubro de 2009.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

COSTELLA, Antonio F. **Comunicação – do Grito ao Satélite**. Campos do Jordão-SP: Mantiqueira, 2001.

DAVENPORT, Thomas H. **Ecologia da Informação**: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. São Paulo: Futura, 2000.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1979.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1455&id_pagina=1, acessado em 23 de setembro de 2009.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**: a colisão entre os velhos e os novos meios de comunicação. 2ª Ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Relações Públicas e Modernidade**: novos paradigmas na comunicação organizacional. 2ª ed. São Paulo: Summus, 1997.

LEMOS, André. **Cibercultura, Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LÉVY, Pierre. **Uma Perspectiva Vitalista sobre a Cibercultura**. Disponível em: http://blog1.educacional.com.br/default_imprimir.asp?idpost=70225&idBLOG=15409&idusuario, acessado em 06 de outubro de 2009.

PENA, Felipe. **Teoria da Comunicação - conceitos, mídias e profissões**. Rio de Janeiro: Ed. Rio, 2005.

PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet:** planejamento e produção da informação on-line. São Paulo: Summus, 2003.

SANTAELLA, Lucia. **Novos Desafios da Comunicação.** Disponível em: <http://www.facom.ufjf.br/n5-jul-dez-2000>, acessado em 20 de setembro de 2009.

_____. (2009) **Programa Globo Universidade.** Disponível em: http://globouniversidade.globo.com/Portal/globouniversidade/pop/tvg_globouniversidad e_pop_lermais/0,,8748,00.html, acessado em 27 de setembro de 2009.

SILVEIRA, Sérgio Amadeus. **Convergência como Mudança Cultural.** Disponível em: <http://www.facasper.com.br/pos/libero/libero18/r01convergencia.pdf>, acessado em 15 de setembro de 2009.

TOFFLER, Alvin. **Grande Tendência é Desmassificar.** Disponível em: <http://www.ethevaldo.com.br/Generic.aspx?pid=115>, acessado em 29 de outubro de 2009.

TORQUATO, Ricardo Cassiolato. **Jornalismo Digital:** a forma e a produção da notícia. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/cp020741.pdf>, acessado em 05 de outubro de 2009.

ABSTRACT

The changes that occur in the digital world every day brings a new way of looking at the universe of information. Through new media, the information reaches its audience to an ever increasing rate. In the role of transmitter of that message is the professional communication that needs to be aware of the new media and technologies created. The online universe occupies spaces where least expected, and one of the greatest features of new media, interactivity. In this context, many ways and tools are created for the public to find access easy, viable and intelligible. The world today is experiencing a period of technological transition fully, where the company does not always accompany their development. Therefore, it becomes a group of people totally illiterate, for those who cannot handle computer networks and understand the digital world is at a great disadvantage. Today, it has its blogs, emails, websites, and the twitter the more recent invention. Digital media is used for information or entertainment in any sector of society, evolving each day with their amazing inventions.

KEY WORDS: Communication. Interactivity. Digital media. Society. Technology.