

Cidadania, tecnologia e mercado nos ambientes digitais

Tayra Aleixo

Conforme aparatos tecnológicos dotados de potencial midiático se articulam com a rotina das pessoas, os espaços acadêmicos endereçam questões às intersecções que os meios digitais têm sobre o processo de comunicação do ser humano. Algumas dessas questões são apresentadas de maneira dialógica na coletânea “Comunicação: tecnologia e cidadania”, elaborado por pesquisadores docentes e discentes vinculados à Linha de Pesquisa “Processos Midiáticos: tecnologia e mercado”, do Mestrado em Comunicação da Cásper Líbero.

No livro, trabalhando a partir de Vilém Flusser, Artur Renato Brito de Almeida, mestre em Comunicação, identifica na atualidade um “ecossistema midiático que ultrapassa o paradigma funcionalista linear”, mas ressalta que os novos meios não necessariamente trouxeram equilíbrio entre “discursos” e “diálogos”. Embora haja possibilidades propícias para um ambiente com maior participação e interação, deve-se buscar uma educação para o uso cidadão da mídia.

Essa perspectiva de cidadania articula-se também com a noção de comunidade, desenvolvida por Edilson Cazeloto, professor do Mestrado. Se o sentido de “comunidade” antes era marcado por um forte apelo territorial e de partilha de símbolos e mitos, hoje, não somente pessoas se conectam com contatos preexistentes no mundo real no online como também estendem a possibilidade de interação com quem compartilha valores semelhantes sem residir necessariamente residem no mesmo local. Na internet, a comunidade pode ser alimentada de conexões a partir desse compartilhamento comum de representações e valores.

Com isso, como aponta o texto de Renato Martinelli, torna-se possível um maior engaja-

Comunicação, tecnologia e cidadania

Antonio Roberto
Chiachiri Filho
Edilson Cazeloto
José Eugenio de
Oliveira Menezes
(Orgs.)

São Paulo:
Editora Plêiade, 2013, 221 p.



mento em causas sociais ou ambientais via internet. A atividade ciberativista, nesse aspecto, tem como característica uma motivação política, por conta, ente outras razões, desse ambiente capaz de engajar pessoas de diferentes localidades, em diferentes momentos.

Esses valores e representações são construídos desde muito cedo. Professor do Mestrado em Comunicação, José Eugênio de O. Menezes enxerga a espécie como um complexo biológico-cultural, que carrega toda sua vivência e memória simbólica nos processos de comunicação dos quais estão submersos o tempo todo. Além disso, o autor entende a comunicação como uma atividade vinculadora.

Essa interação com o outro tem início ainda cedo. Desde nossa gestação, somos de certo modo afetados pelos sons que ouvimos dentro da barriga de nossas mães, como destaca Natália Constantino Diogo. A dimensão tridimensional é importante antes mesmo da pessoa nascer, com os sons e as vozes dos familiares próximos. Neste sentido, a autora ressalta a importância da música na vida das pessoas,

e como estas agora carregam suas próprias playlists nos aparelhos eletrônicos móveis. Há claro, uma mudança no ato de ouvir músicas, e essa experiência mudou ao longo dos anos e das tecnologias disponíveis em cada época.

Helena Maria Cecília Navarrete apresenta projetos governamentais do Uruguai junto às escolas públicas que incentivam os alunos tanto a usarem os recursos digitais, como também promove a interação a nível pessoal, promovendo eventos e concursos que incentivam o trabalho em grupo e o contato na dimensão tridimensional, e não apenas nulodimensional.

Essa aproximação das pessoas com a música é possível graças ao hábito, percebido como necessidade para pessoas que vivem em grandes metrópoles, de estar sempre conectado, como aponta Joubert Brito de Araújo. O autor chama atenção para a adequação da publicidade simultânea a partir das mudanças e dos impactos da tecnologia da rotina das pessoas. O hábito multitela e a convergência dessas mídias devem compor a estratégia de comunicação das empresas que buscam dialogar com seus consumidores, de uma maneira cada vez mais direcionada.

Na mesma linha no sentido de valorizar a experiência tridimensional, Rachel de Rosso Buzzoni chama atenção para necessidade de valorizar o contato pessoal, nos encontros casuais e das possibilidades de relacionar-se com desconhecidos, agora atentos cada um às suas próprias telas digitais, deixando escapar o momento presente e todo seu potencial imprevisível.

Como o livro possui o tema voltado para Comunicação na Contemporaneidade, as discussões levam em consideração a Era Digital, tanto num nível macro, como no trabalho do Luís Mauro Sá Martino, professor do Programa de Mestrado, com o tema da religião, até mesmo no nível micro, que é o caso do texto da Claudia Fajkarz sobre atualizações de notícias em homepages ao longo de 24 horas.

Ao discutir a forma como o campo religioso se reposicionou sobre a sociedade e sua relação política com as pessoas, Martino re-

lata que por vivermos num Estado laico, algumas denominações religiosas optaram por se midiaticar numa tentativa de converter sua presença no campo religioso na possibilidade de tomada de decisões. No cenário digital, os fiéis carregam esse âmbito religioso para o discurso pessoal, que podem eventualmente aparecer nas mídias sociais.

O texto de Fajkarz destaca a necessidade da adaptação de conteúdos à internet e às peculiaridades desse ambiente. Dentro do espaço conectado, a pesquisadora pode observar que os jornais lançavam uma edição principal do conteúdo, e ao longo do dia, edições extras ou atualizadas. Isto denota a consideração das idiossincrasias da mídia em questão. Como sugere mais adiante Bruno Peixoto Derio, o jornalismo pode ganhar outro nome nesse cenário: conteúdo.

Nesse sentido, não apenas a exposição de conteúdo mudou, mas também a forma de organização dos profissionais dentro dessas empresas foi alterada. Ao longo do tempo, o jornalismo mantém uma indissolúvel relação com o âmbito econômico, sendo pensado em padrões empresariais. Isso gerou novas formas de terceirização, como, por exemplo, agências de fotos por conta de certo apelo afetivo-emocional da imagem e sua diversificação de técnicas para tratá-las.

Essa adaptação pode ser entendida da perspectiva do professor Antonio Roberto Chiachiri Filho como um processo de “ressignificação”. Uma nova linguagem pressupõe novas ações. Deve-se levar em consideração, igualmente, a capacidade de compreender o outro a partir da troca constante de experiências aceleradas pela tecnologia.

O livro traz temas referentes à discussão acerca das tecnologias digitais surgidas ao longo dos últimos anos. As indicações aqui são um convite para sua instigante leitura.

(resenha recebida out.2014/ aprovada out.2014)

Tayra Aleixo é mestranda em Comunicação pela Faculdade Cásper Libero.