

Os meios midiáticos e a tecnologia

Com a chegada da escrita as imagens perderam seu valor de comunicação principal e passou a ser mais um código de linguagem. A escrita, por oferecer condições de acumular informações, cresceu em importância e deixou as demais em segundo plano.

Com a difusão da televisão, após a Segunda Guerra Mundial, seu poder de persuasão da mente humana ficou evidente. Sendo os motivos de tal sucesso discutidos até os dias atuais. Para W. Russell Neuman, as pessoas são atraídas ao caminho de menor resistência, sendo a TV o melhor exemplo de fornecimento de informações livres. Contudo é um meio de transmissão que exige de seu telespectador um certo envolvimento com as mensagens transmitidas, pois mesmo ela sendo capaz de fornecer três milhões de pontos por segundo, seu receptor consegue captar apenas algumas dúzias a cada instante, ficando ele mesmo responsável por preencher os espaços vazios da informação. Mas este envolvimento não contradiz a hipótese do menor esforço, pois a TV apela ao espírito associativo-lírico, não envolvendo esforço psicológico de coleta e análise das informações.

Nos anos 80 foi verificado que países desenvolvidos passavam mais tempo com a televisão ligada que qualquer outra nação, sendo também este tempo o maior com relação as outras formas de obtenção de informações, como revistas e livros.

Seu uso continua sendo vantajoso somente porque ou você está nela ou está fora. E caso esteja fora, você abre espaço para a concorrência, não importando qual seja sua área. Pois é através dela que as massas ficam cientes do que acontece em sua cidade e mundo, e é de lá também que formam suas opiniões e se posicionam em todas as coisas, como política, arte, esporte, economia etc.

Não podemos deixar de lado ainda, que cada cidadão carrega consigo sua cultura, sua forma de ver o mundo, religião e ideologias. Portanto, a mídia tem grande poder de influenciar sim, mas não é absoluta em convencimento, e por este motivo, ela deve ser aceita como um sistema tecnológico, não uma cultura de massa.

Com o avanço da tecnologia, os aparelhos celulares, máquinas de fotografar e computadores passaram a ser capazes de registrar os momentos de seus usuários de forma muito rápida, disponibilizando a eles relacionamento com o meio eletrônico e com outras pessoas.

Com todas essas novas opções de entretenimento tecnológico os canais televisivos, em especial aqueles abertos, estão perdendo sua audiência, não por estarem as principais empresas perdendo se poder, mas sim pela nova tendência, que é a de se explorar os recursos midiáticos. Nos parâmetros mais amplos da linguagem de McLuhan, a mensagem do meio está moldando diferentes veículos de comunicação para diferentes mensagens.

A televisão hoje pode se comunicar com os computadores e internet, mas para isso foi necessário primeiro comunicar cada um deles consigo mesmo e um com o outro. A França criou um dispositivo capaz de conduzir sua sociedade à informação, chamado MINITEL, já os EUA, a ARPANET, predecessora da Internet. Ambos os sistemas anunciaram as supervias da informação. O primeiro liga centros de

servidores, enquanto o segundo, computadores. Enquanto um valoriza o desenraizamento e o fantasma de conexões generalizadas além das fronteiras e culturas (globalizadas); o outro, a versão eletrônica de raízes comunais.

O Minitel disponibilizava lista telefônica, previsões do tempo, informações culturais e de entretenimento, mas com o tempo ele foi perdendo sua força na França quando então a solução para reverter sua queda foi a de oferecer serviços pagos, de ligar-se à Internet em âmbito mundial, assim ele ficou dividido internamente entre um serviço burocrático de informação, um sistema de serviços empresariais em rede e uma entrada subsidiária para o vasto sistema de comunicação da constelação da Internet.

A Internet é a rede que liga a maior parte das redes. Segundo fontes recolhidas por Vinton Cerf, em junho de 1999 a Internet conectava cerca de 63 milhões de computadores-servidores, 950 milhões de terminais telefônicos, 3,6 milhões de sítios da web, e era usada por 179 milhões de pessoas em mais 200 países, e as projeções apontavam para algo entre 300 milhões e 1 bilhão até dezembro de 2000.

A Internet tem tido um índice de penetração mais veloz do que qualquer outro meio de comunicação na história. Nos EUA, o rádio levou trinta anos para chegar a sessenta milhões de pessoas, a TV o alcançou em 15 anos, e a Internet o fez em apenas três anos após a criação da teia mundial. Os demais países estão em atraso com relação a América do Norte e países desenvolvidos, mas também, o acesso a Internet e seu uso estão alcançando rapidamente os principais centros metropolitanos de todos os continentes.

Contudo, é importante ressaltar que os usuários da rede fornecem o conteúdo e dão forma à teia, por isso o uso da Internet terá consequências duradouras no futuro padrão da comunicação e da cultura mundiais.

Hoje existem milhões de usuários de redes no mundo inteiro, cobrindo todo o espectro da comunicação humana. De fato, os interesses comerciais e governamentais são coincidentes quanto ao favorecimento da expansão do uso da rede: quanto maior a diversidade de mensagens e de participantes, mais alta será a massa crítica da rede e mais alto o valor a ser lucrado com o meio.

As instituições, empresas, associações e pessoas físicas criam os próprios sítios (sites) que servem de base para que todos possam produzir sua própria página.

É nas universidades que estão os maiores difusores da Internet e também de inovações sociais, porque geração após geração de jovens por ali passam, ali conhecem novas formas de pensamento, administração, atuação e comunicação e se habitua a elas, divulgando-as em seus sites.

Um dos problemas enfrentados pela rede está em colocá-la como responsável por cortar os laços das pessoas com o mundo, mas para Howard Rheingold ela faz nascer uma nova forma de comunidade, que reúne as pessoas on-line ao redor de valores e interesses em comum. Além disso, estas comunidades podem transformar-se em reuniões físicas. São duas formas de integração que não se limitam, elas podem trabalhar juntas em busca de maior aceitação social, seja ela de qual tipo for.

Em alguns casos a vida on-line parece ser até uma maneira mais fácil de viver, onde os usuários interpretam papéis e criam identidades que não possuem, gerando uma sensação de comunidade, mesmo que efêmera, e talvez traga algum alívio a

pessoas carentes de comunicação e auto expressão.

Por outro lado, críticos sociais, como Mark Slouka, condenam a desumanização das relações sociais que trouxeram os computadores. Além disso, as pesquisas acadêmicas indicam que, em certas condições, o uso da Internet aumenta as chances de solidão.

Ainda observa-se que a Internet favorece a expansão de centenas de laços de amizade fracos que geram conhecimento, diversificação maior de informações, apoio e companheirismo, e assim forma uma camada fundamental de interação social para as pessoas que vivem num mundo tecnologicamente desenvolvido.

Seu uso vai desde grupos políticos, uso empresarial à grupos fundamentalistas, religiosos ou milícias. Também são usados sites de compra e vendas de produtos e canais interativos. Todos eles com a oportunidade de debater ideias, opiniões ou experiências.

A Internet está sendo ainda ferramenta fundamental para disseminar informações, organizar e mobilizar a população a assuntos importantes, tais como: as causas femininas, os direitos humanos, a preservação ambiental e a democracia política. Ela foi meio de organização de reformas e de mobilizações políticas, como a Primavera Árabe e os protestos feitos aqui no Brasil em 2013 (passe livre) e do dia 15 de março de 2015, onde a população saiu as ruas para demonstrar sua insatisfação com a política.

As redes também possuem ferramentas de multimídia que completam e não substituem a televisão e os vídeos armazenados. Mas para mantê-los atraentes a população é necessário diariamente que se invista neste mercado, melhorando os efeitos audiovisuais, apresentando novas opções de navegação e novos interesses na rede, deixando-os dessa forma chamativos ao seu público.

Empresas de software e de videogames japoneses desenvolvem programas interativos que desencadeiam fantasias da imersão na realidade virtual do ambiente eletrônico. Soma-se a isso toda a ideologia do potencial das novas tecnologias de comunicação em educação, saúde e aperfeiçoamento cultural.

A estratégia dominante visa o desenvolvimento de um enorme sistema eletrônico de entretenimento, considerando o investimento mais seguro do ponto de vista empresarial. Essa aposta em entretenimento dá-se das observações feitas até 1998, as quais mostram números decrescentes de exposição à mídia, não por uma sobrecarga por parte da sociedade de trabalho, mas sim por falta de atrativos suficientes para manter seu público. Na verdade, a maioria dos especialistas do setor acha que o meio de transmissão está evoluindo mais que a mensagem por ele difundida. É por isso que a aquisição de estúdios de televisão bem desenvolvidos é indispensável para qualquer consórcio global de multimídia.

Nome: Karla Barbosa Coelho Santa Barbara

Bibliografia: CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede* – Volume I. 8.ed. São Paulo: Paz e Terra, Tradução de Roneide Venancio Majer, 1999. p. 413-461.