

Admirável mundo digital

Francisco de Assis*



MARQUES DE MELO, J.; MORAIS, O. J. de. (Org.). **Mercado e comunicação na sociedade digital**. São Paulo: Intercom / Unisanta / Unisantos / Unimonte, 2007. 279p.

“O mundo não é mais o mesmo depois que a internet conquistou considerável espaço na sociedade”, têm proclamado os profetas da sociedade digital. E estão cobertos de razão. Numa época em que tudo (ou quase tudo) se traduz em *bytes*, *.com*, *e-mails* e demais termos próprios da *World Wide Web*, é impossível negar que tais tecnologias não tenham promovido significativas transformações no mercado da Comunicação e nos produtos originados do fazer midiático. Mantendo sua postura de entidade atenta aos fenômenos que a norteiam, a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), na comemoração de seus 30 anos, promoveu uma série de discussões sobre o tema, cujo teor está devidamente registrado no livro *Mercado e comunicação na sociedade digital*, organizado pelos professores José Marques de Melo e Osvando J. de Moraes.

A obra, que carrega título homônimo ao dos congressos realizados pela Intercom, em 2007, lança luzes sobre questões ainda obscuras para os membros da comunidade científica, que enfrentam objetos de estudo e de reflexão em contínuo aperfeiçoamento. Trata, portanto, de questões pertinentes e atuais, como a convergência das mídias propiciadas pela internet, as alterações nos con-

* Jornalista, Universidade de Taubaté. Mestrando em Comunicação Social na Universidade Metodista de São Paulo.

teúdos produzidos, o repertório oferecido pelas escolas de Comunicação em comparação ao que o mercado exige dos profissionais e, principalmente, as características da sociedade digital.

Da parte dos organizadores, tanto Marques de Melo, atual presidente da Intercom, e que dispensa apresentações curriculares, quanto Osvando Morais, Coordenador do Curso de Mestrado em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba (Uniso), deixam claro, em seus textos introdutórios, que traçar um panorama sobre a atual conjuntura da Comunicação é refletir sobre um cenário em constantes transformações. Tais mudanças afetam não somente a produção dos meios já existentes, mas também exigem novas posturas das instituições e daqueles que se propõem a formar profissionais para o mercado da informação. Sem dúvida alguma, essa percepção é compartilhada pelos autores dos 18 capítulos que integram a coletânea.

Apenas a título de apresentação, é interessante dizer que o livro se divide em quatro partes. A primeira dá conta do estado da questão, com quatro discussões a respeito dos impasses, impactos, efeitos e metamorfoses da Comunicação e do comunicador que se inserem no contexto da sociedade digital. A segunda parte, composta por cinco relatos, apresenta um amplo painel de tudo o que foi debatido sobre o assunto, durante os congressos regionais promovidos em Passo Fundo (Rio Grande do Sul), Juiz de Fora (Minas Gerais), Cuiabá (Mato Grosso), Salvador (Bahia) e Belém (Pará), durante os meses de maio a junho de 2007. Na terceira parte, quatro reflexões assinadas por respeitáveis pesquisadores brasileiros procuram respostas para os questionamentos estimulados pelos organizadores do 30º Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, que resultou nos eventos ora mencionados. Por fim, no último tópico, cinco pesquisadores latino-americanos e europeus elaboram diagnóstico situacional do atual cenário da Comunicação Social, a partir de uma perspectiva global.

Aspecto interessante de boa parte desses artigos é uma espécie de linha do tempo, que ilustra, com clareza, os avanços tecnológicos e seus reflexos no cotidiano da população mundial, comparando os dias atuais com o remoto passado quando emergiram os primeiros fluxos comunicacionais massivos. Em suas ar-

gumentações, os autores deixam a entender qual é o cerne das mudanças sociais ocorridas pelas inovações tecnológicas: a transformação do “*sujeito comum*” em parceiro efetivo no processo de construção de conteúdos midiáticos, especialmente os jornalísticos. Consciente de sua capacidade de tomar decisões e de decidir o que a mídia deve publicar, esse cidadão passa de receptor a emissor, modificando, assim, os tradicionais esquemas de emissão e recepção de mensagens.

Se há consenso entre as discussões, ele diz respeito à modernização e à expansão das indústrias digitais, que, em curtos espaços de tempo, disponibilizam novos *softwares* e novos produtos tecnológicos. Há, então, concordância generalizada de que as transformações originadas das mídias tradicionais, especialmente as que emergiram dos serviços de telefonia móvel, têm surgido “*assustadoramente*”. Só para citar um exemplo, J. B. Pinho, um dos autores, trata do rápido aperfeiçoamento dos aparelhos de celular, que na década passada eram objetos grandes, pesados, de difícil aquisição, por conta do alto preço, e que não serviam para quase nada, além de fazer e receber ligações ou enviar mensagens escritas. No entanto, em pouco mais de 10 anos, os mesmos aparelhos podem ser comprados por baixo valor monetário. E mais, agora, são objetos pequenos, leves e fáceis de transportar, cujas funções básicas vão além. Há múltiplas outras possibilidades: captam imagens congeladas ou em movimento; podem ser usados para escutar músicas ou para gravar sons; transferem arquivos sem fio (pelo sistema *bluetooth*), entre outras.

Os dados quantitativos e as previsões para a próxima década, elaboradas com base em pesquisas e em diagnósticos emitidos por órgãos competentes, também são preciosas informações reunidas no livro. É possível descobrir, por exemplo: a chegada da televisão (TV) digital ao Brasil já anunciou a data para a aposentadoria da TV analógica: o ano de 2016; um milhão de faixas musicais estão sendo disponibilizadas por brasileiros, na Internet, em formato MP3; em 2007, contabilizou-se a existência de 70 milhões de *blogs* na rede mundial de computadores; o Brasil já está em 11º lugar no *ranking* dos países que mais acessam a *Web*, com 11,9 milhões de usuários etc.

Também não se pode deixar de ressaltar que, embora trate de tema de âmbito universal, caracterizado pelo uso de ferramentas capazes de romper qualquer barreira geográfica ou temporal, o volume publicado pela Intercom dispensa expressiva atenção às identidades regionais brasileiras. Ao expor o fruto dos diálogos promovidos em cinco cidades distintas, demonstra as particularidades das macro-regiões da nação, reiterando a idéia de que o fortalecimento da globalização estimula olhares mais atentos às realidades locais. É de comum acordo entre os autores que as representações midiáticas se manifestam de diferentes formas nos mais variados espaços geograficamente delimitados. Além disso, todas se destinam a atender a demandas específicas, geradas a partir das necessidades comuns aos lugares em que se inserem.

Outro ponto de destaque em *Mercado e comunicação na sociedade digital* diz respeito ao ensino da Comunicação, pauta pertinente para se pensar a qualidade do mercado de trabalho. Dentro dessa proposta, os artigos detêm-se nas competências que devem ser desenvolvidas nos alunos, futuros comunicadores: trata-se de processo de preparação do indivíduo para o campo de atuação que o aguarda fora dos portões da universidade, celeiro que espera acolher, cada vez mais, profissionais autônomos que não somente dominam as tecnologias digitais, como também sabem empregá-las em situações corriqueiras, as quais exigem capacidade de organização e de cooperação; habilidade para trabalhar em grupo; disposição para negociações; aptidão para conduzir projetos; competência para gerenciar conflitos etc.

A leitura atenta aos capítulos e subcapítulos também nos fazem notar que os organizadores José Marques de Melo e Osvaldo J. de Moraes foram primorosos ao reunirem textos que não tratam exclusivamente dos aspectos técnicos das mídias. Ao contrário, falar em sociedade digital exige estabelecer ponderações sobre outras frentes, tais como linguagem, rotinas produtivas e ações promovidas por agentes midiáticos. A abordagem de todos esses quesitos propicia, portanto, ampla percepção do processo dinâmico pelo qual vêm passando pessoas físicas e jurídicas.

Nessa data festiva de seus 30 anos, a Intercom não poderia ter debatido tema mais atual e pertinente. Por isso mesmo, *Mer-*

cado e comunicação na sociedade digital chega a boa hora para ampliar o debate entre pesquisadores do campo científico da Comunicação, que podem usá-lo como referência para novas pesquisas, como apoio em sala de aula – multiplicando as discussões ali documentadas –, ou até mesmo como roteiro a ser seguido em situações diversas, onde o assunto esteja em voga.