

Mídia, Tecnologia e Tendências Sociais

Elvis Sikora – e.sikora@grad.ufsc.br

Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC
Departamento de Engenharia Mecânica (EMC)
Florianópolis – SC

Luis Fernando de Oliveira Dresch – luisfernandodresch@gmail.com

Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC
Departamento de Engenharia Mecânica (EMC)
Florianópolis – SC

Resumo: *É importante entender os meios de comunicação de massa para entender a sociedade do século XX e início do XXI e as tendências para o futuro. A tecnologia sempre foi importante para a humanidade, mas tem sido particularmente importante desde a Revolução Industrial. A mídia tanto depende fundamentalmente de tecnologia quanto fomenta seu desenvolvimento. Neste artigo, expomos uma análise dessa relação entre mídia e tecnologia. Identificamos elementos causadores comuns a ambas. Notamos que esses elementos fazem parte de um ciclo de retroalimentação envolvendo mídia e tecnologia. Identificamos um padrão de mudanças emergente desse ciclo e uma tendência futura sugerida por esse padrão. Essa tendência é uma maior adoção de valores transumanistas entre a população. Colocamos nosso pensamento em contexto dentro de temas da pesquisa sobre mídia e de exemplos recentes de produtos tecnológicos.*

Palavras-chave: *Mídia, tecnologia, sociedade, transumanismo.*

Introdução

A mídia ajuda a formar e derrubar governos e influencia direta ou indiretamente o pensamento de todas as pessoas das sociedades modernas. A tecnologia desenvolvida desde a revolução industrial mudou completamente a sociedade. Se ambas parassem subitamente, a sociedade pararia. Além de nos fornecer os produtos culturais e bens de consumo de que desfrutamos, mídia e tecnologia constituem uma parte importante da nossa identidade. A realidade em

que vivemos não é separada daquela propiciada por elas. Nossa experiência enquanto consumidores de ambas é uma parte central da vida no século XXI.

Notamos que o desenvolvimento tecnológico tanto possibilitou o surgimento da mídia, quanto foi promovido por ela. Novos produtos tecnológicos e formas de comunicação surgem cada vez mais rapidamente, e mudam a forma como as pessoas interagem. O desenvolvimento dos meios de comunicação traz uma tendência à maior continuidade entre o real e o virtual. A sociedade tem mudado rápido. Identificando tendências nessas mudanças, podemos entender melhor todo o processo. Além disso, essa identificação ajuda na reflexão crítica sobre ele.

Nas seções subsequentes, discutiremos como a tecnologia influencia a mídia e então como a mídia influencia a tecnologia, tentando elucidar essa relação recíproca. Argumentaremos que o fato de a sociedade atual abraçar, em vez de resistir, mudanças rápidas e no sentido de aumentar a imersão no ambiente digital, sugere que essas mudanças continuarão ocorrendo. A transitoriedade da forma como as pessoas se relacionam provavelmente continuará sendo observada. E a oferta de ambientes virtuais cada vez mais imersivos tem o potencial de trazer novos valores e questões ao debate público.

Influência da tecnologia na mídia

A tecnologia é substrato para a mídia e a mídia não existiria sem tecnologia. Para pesquisadores de Estudos de Mídia, a mídia é tradicionalmente entendida como meios de comunicação de massa [1]. Esse caráter da mídia, de ser comunicação de massa, requer algum artefato tecnológico que permita a uma mensagem atingir vários receptores. Seria inviável uma produção de informações em grande escala atingir constantemente uma população que passa de centenas de milhares de pessoas através da transmissão oral sem grandes distorções nas mensagens.

Historicamente, o surgimento da mídia, e do jornalismo, se deu com jornais e revistas impressos [2]. Essas mídias requerem tecnologia de impressão. No século XX, os bens culturais oferecidos pelo que Adorno e Horkheimer chamaram de “indústria da cultura” [3] eram programas de televisão e rádio (dentre outros). A televisão e o rádio, também, são artefatos tecnológicos. A internet pode ser utilizada como meio de comunicação direta entre indivíduos, mas também adquire frequentemente um caráter parecido com a mídia tradicional, de meio de comunicação de massa. Estudiosos da mídia têm tentado

entender o atual significado de mídia com seu advento [4]. A internet, e as mídias sociais, também são tecnologia.

Cada um desses novos meios de comunicação trouxe mudanças sociais, e mudanças na forma como as mensagens atingem o público. McLuhan cunhou a frase “O meio é a mensagem” [5], referindo-se ao fato de que há uma relação simbiótica entre o meio e a mensagem. O meio influencia a forma como a mensagem é expressa e recebida. Portanto, novas mídias necessariamente mudam a forma como a comunicação ocorre.

As mídias impressas requerem que o receptor saiba ler para que possa consumi-las. Mas até o início do século XX, aproximadamente 80% da população mundial era analfabeta [6]. Isso significa que a maioria da população mundial estava excluída do alcance de jornais e revistas. A mídia de massa, como fenômeno que atinge uma verdadeira maioria da população, surgiu depois.

A televisão e o rádio, centro da crítica de Adorno e Horkheimer em seu livro supracitado, são, em um sentido, mais acessíveis. A alfabetização não é necessária para o consumo de muitos de seus programas. E para uma grande parte do público, o conteúdo é mais atraente. Apesar disso, a televisão e o rádio, em 1950, já posteriormente à data de publicação original da obra, atingiam a população mundial de forma muito heterogênea. Alguns continentes tinham muito mais acesso a essas mídias do que outros. [7] A evolução dos meios de comunicação de massa é gradual, e eles atingem os países subdesenvolvidos e as camadas mais pobres da população posteriormente.

Enquanto o rádio e a televisão requerem concessões públicas em muitos países, e a produção de conteúdo para eles exige a aquisição de equipamentos caros e o domínio técnico de seu uso, produzir conteúdo para a internet é relativamente mais fácil. Usando plataformas de blogs e mídias sociais, uma parcela maior da população pode produzir e difundir conteúdo com menos preparo e usando aparelhos relativamente baratos. Além disso, as mídias digitais oferecem muito mais controle ao usuário. O indivíduo que assiste à programação da televisão tem menos flexibilidade do que quem consome conteúdo do YouTube ou Netflix.

A adoção da internet como meio de comunicação mais importante pela maioria da população, assim como antes aconteceu com a televisão, o rádio e as mídias impressas, não ocorreu ainda, mesmo com a rede existindo já há algumas décadas. Por outro lado, o consumo de televisão vem diminuindo [8]. Porém, é importante notar que a maioria da população brasileira ainda se informa por meio dela [9]. Mais uma vez, observamos que a difusão de novos meios de comunicação de massa se dá de forma gradual.

Notamos então que a mídia é feita por tecnologia, e a criação de novos meios de comunicação de massa altera a forma como a informação é transmitida. Os meios de comunicação evoluíram no sentido de permitir mais interatividade e de oferecer estímulos sensoriais mais complexos. Alguns autores pensam que a comunicação de massa tem um efeito negativo. De toda forma, ela atinge uma parcela significativa da população e influencia a sociedade.

Influência da mídia na tecnologia

Existe uma relação interessante entre mídia e tecnologia, a tecnologia está presente em diversos conteúdos publicados em mídia especializada. São revistas, programas e sites inteiros dedicados somente para a discussão de temas relacionados com tecnologia, sejam eles entretenimento ou engenharia, passando pelos computadores até equipamentos médicos. Mas esses assuntos não estão restritos somente a esses canais especializados. Nas grandes redes de comunicação são transmitidos tanto avanços tecnológicos de ponta quanto tendências que estão se concretizando.

Um ponto importante a ser tratado neste momento é a natureza da curiosidade humana, que fomenta a busca por tais assuntos. Podemos nos perguntar por que há tecnologia, em primeiro lugar. Desde antes de sermos capazes de nos estabelecer como sociedade já era intrínseco a nós solucionar problemas utilizando técnicas ou objetos, e ao observar outros fazendo isso também poderíamos resolver problemas, atuais ou futuros. Por esse motivo, criar técnicas e ferramentas, ou apenas observá-las e compreendê-las, é tão prazeroso [10].

A mídia têm vários canais de veiculação de conteúdo tecnológico e a tecnologia e seu avanço tem certo apelo para o público em geral. Assim, pode-se inferir que a mídia alimenta uma empolgação com a tecnologia, já que existe espaço para isso.

O mundo tecnológico das últimas décadas se mostrou bastante conturbado e veloz, emergiram várias tecnologias, de diversas áreas, que se diziam as melhores, ou revolucionárias, e de fato algumas se consolidaram e estamos em contato até hoje com elas. Mas nós temos dificuldade de entender o que acontece e selecionar realmente o que necessitamos não é tarefa fácil. Então a mídia aparece com outro tipo de influência na tecnologia, promovendo o consumo, seja

de forma intencional, com publicidade, seja através da simples discussão, de certos produtos ou tecnologias que nos fazem desejar tê-los ou aceitá-los.

O lançamento de computadores de uso pessoal foi essencial para a modernização de diversas tarefas executadas ao longo da história. Sua popularização ocorreu com a venda de produtos Apple nas décadas de 1970 e 1980, e perdura até hoje. Porém o número de computadores vendidos está diminuindo ano após ano [11], dando espaço para os smartphones e tablets, que possuem capacidade de processamento, ainda que crescente, inferior aos computadores atuais. Um questionamento a ser feito é o porquê de termos comprado computadores potentes e caros se os estamos deixando por outros dispositivos menos capazes. A mídia foi uma grande contribuidora para esse consumo de computadores excessivamente potentes. Os meios de comunicação alimentavam uma imagem do século XXI com pessoas modernas usando computadores e informação virtualizada. Essa imagem promovia o consumo de computadores de desempenho alto, mesmo que para muitos usuários isso fosse desnecessário.

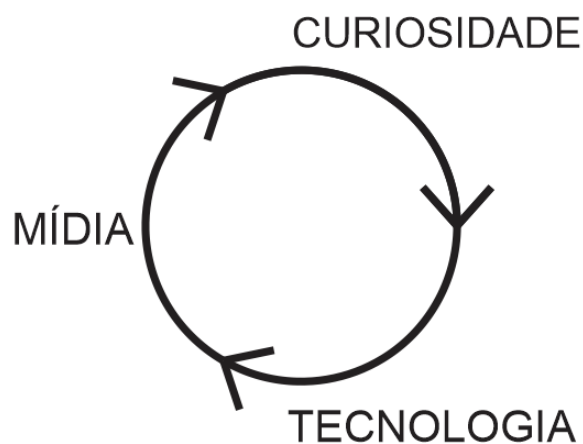
Do mesmo modo que os computadores pessoais, os smartphones caíram no gosto popular por apresentar funcionalidades que facilitam o dia-a-dia, e mais uma vez são vendidos aparelhos cada vez mais caros e potência cada vez maior, que dificilmente será aproveitada integralmente.

Essa influência que a mídia tem sobre nossas decisões sobre tecnologia acaba por nutrir o mercado com demanda por produtos melhores, forçando o desenvolvimento e aprimoramento de diversas técnicas, ferramentas e até produtos novos. Com isso, somado ao desejo que temos de consumir e produzir tecnologia, podemos notar o quanto a tecnologia deve seu avanço e popularidade à mídia e seu poder de exercer influência.

Interrelação mídia-tecnologia

A interação do ser humano com o conteúdo das mídias é cada vez mais forte e complexa: vivemos numa realidade onde consumimos mídia diariamente e constantemente, estamos na era da informação. Vivemos imersos em informações de todos os tipos e todas as formas, uma maravilha da comunicação, que não seria possível sem o advento da internet e dos smartphones. Como já exposto neste artigo, existem fortes influências da mídia na tecnologia e vice-versa, mas é possível relacioná-las diretamente?

Enxergamos um caminho cíclico entre a tecnologia e a mídia, interligado pela nossa curiosidade, no qual a mídia, através da difusão de conteúdos tecnológicos, seja por meios específicos, veiculação de notícias ou até na forma de entretenimento, cria uma sociedade culturalmente nutrida com esses conteúdos. Quando somos expostos a esses estímulos, podemos ser céticos no primeiro contato, porém nos acostumamos e ficamos cada vez mais curiosos. Essa curiosidade por sua vez nos faz ir atrás desses assuntos, sonharmos com ficção científica, e por fim consumirmos ou produzirmos novas tecnologias. Fechando o ciclo, novas tecnologias, principalmente no setor de comunicação, são usadas para alimentar a mídia cada vez mais, seja na forma de entretenimento, de notícias ou novos meios de comunicação.



A continuidade desse ciclo mostra um direcionamento a tecnologias mais complexas e uma imersão cada vez maior no mundo virtual. Podemos observar essas mudanças ao longo do século XX, ou nas histórias de nossos avós, em que não existiam computadores e as crianças passavam dias inteiros brincando na rua. Já nossos pais contam histórias de autoramas e rádios à pilha. Hoje é difícil encontrar uma criança longe de um smartphone nos centros urbanos.

Conclusão

Não somos mais o mesmo público de 60 anos atrás, facilmente influenciável pelas propagandas, já estamos acostumados com o convívio com a tecnologia e mídia, e cada vez mais seremos, como já podemos ver os smartwatches e óculos com câmeras. O conteúdo vem se tornando mais individualizado, as pessoas querem estar mais conectadas, mais imersas, e vemos nisso uma tendência para o futuro.

Não estamos falando de uma tendência tecnológica, embora pareça plausível que a tecnologia vai acompanhar essa tendência. Estamos falando de uma tendência nos valores das pessoas. Levando essa tendência ao extremo, o que se tem é uma imersão quase total no meio digital. É a adoção de valores transumanistas, ou pós-humanistas. Essa tendência já foi identificada pela professora Lúcia Santaella [12] :

“Estou ciente de que a expressão “pós-humano” é perturbadora. De fato, essa expressão pode trazer muitos mal entendidos. O primeiro significado que costuma vir à mente das pessoas é o de que o humano já era, foi-se, perdeu-se no golpe dos acontecimentos. Não se trata disso. O termo pós-humano vem sendo empregado especialmente por artistas ou teóricos da arte e da cultura desde o início dos anos 90. A expressão tem sido usada para sinalizar as grandes transformações que as novas tecnologias da comunicação estão trazendo para tudo o que diz respeito à vida humana, tanto no nível psíquico quanto social e antropológico.(Santaella, 2003)”

Pensamos que esse fenômeno, essa adoção de valores, pode não se concretizar, mas é uma tendência assintótica da forma como a sociedade tem reagido à introdução de tecnologias mais imersivas, e buscado por novidades nessa direção. Estarmos conscientes que o surgimento desses novos valores é essencial para que possamos, em nível de sociedade, refletir em que medida estamos dispostos a aceitá-los. Mudanças sociais importantes estão em curso, e a vida humana está mudando de maneira sem precedente. É importante que avaliemos criticamente a direção para a qual estamos nos dirigindo.

REFERÊNCIAS

- [1] MCQUAIL, Denis; WINDAHL, Sven. **Communication Models for the Study of Mass Communications**. 2. ed. New York: Routledge, 1995.
- [2] ESPEJO, Carmen. EUROPEAN COMMUNICATION NETWORKS IN THE EARLY MODERN AGE. **Media History**, [s.l.], v. 17, n. 2, p.189-202, 4 abr. 2011. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/13688804.2011.554730>.
- [3] ADORNO, Theodor W; HORKHEIMER, Max. **A dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1995.
- [4] GILES, David. **Media Psychology**. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2003.
- [5] MCLUHAN, Marshall. **Understanding Media**. Berkeley: Gingko Press, 2013.
- [6] ROSER, Max; ORTIZ-OSPINA, Esteban. **Literacy**. Disponível em: <<https://ourworldindata.org/literacy/>>. Acesso em: 05 dez. 2016.
- [7] UNESCO. **Statistics on Radio and Television: 1950-1960**. Paris: Unesco, 1963.
- [8] LUCKERSON, Victor. **Fewer People Than Ever Are Watching TV**. Disponível em: <<http://time.com/3615387/tv-viewership-declining-nielsen/>>. Acesso em: 3 dez. 2014.
- [9] TOMAZINI, Milena. **79% dos brasileiros assistem TV para se informar**. Disponível em: <<http://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/24314-79-dos-brasileiros-assistem-tv-para-se-informar>>. Acesso em: 14 out. 2015.
- [10] STAFFORD, Tom. **Why are we so curious?** Disponível em: <<http://www.bbc.com/future/story/20120618-why-are-we-so-curious>>. Acesso em: 28 out. 2016.
- [11] VENDAS de PCs no mundo têm maior queda da história, aponta consultoria. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/01/vendas-de-pcs-no-mundo-tem-maior-queda-da-historia-em-2015.html>>. Acesso em: 30 out. 2016
- [12] SANTAELLA, Lúcia. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 22, n. 1, p.23-32, dez. 2003. Quadrimestral.