

Novos mundos para a comunicação

Na versão número 34 da revista, podemos prever cenários de interação próprios da comunicação, mas, visto a partir de outro contexto, entende-se que ao longo da revista há reflexões que propõe novos caminhos para percorrer a comunicação, ou seja, velhos meios em direção a novos consumos. E o que seria melhor do que recriar algumas linhas de McLuhan para dar início a este novo número?

Quando McLuhan usou o aforismo “o meio é a mensagem” como título do primeiro capítulo de seu livro mais importante, *Understanding Media: The Extensions of Man*, publicado pela primeira vez em 1964, provavelmente nunca imaginou que estaria formulando as bases de uma das teorias da comunicação mais influentes na época atual ou, melhor, o oxímoro mais provocativo que transcendeu através do tempo e do espaço.

O determinismo tecnológico é plasmado como uma das teorias preditivas de McLuhan, que está delineando a vida social, cultural e política e, em geral, as relações humanas nas sociedades modernas. “McLuhan nos propõe que, se entendemos a mensagem apenas como conteúdo ou informação, deixamos de lado a qualidade mais importante dos meios de difusão de informação, de comunicação massiva, o poder de intervir no desenvolvimento e configuração das relações e comportamentos sociais”, diz Galindo Cáceres¹.

Os argumentos de Marshall McLuhan estiveram orientados a visualizar realidades comunicacionais. Um exemplo claro foi a argumentação acertada da “aldeia global”, afirmou que “o meio é a mensagem”, de maneira contundente pode explicitar os ambientes midiáticos. Juntamente com sua argumentação, relatou e argumentou a teoria da invisibilidade-visibilidade dos meios, introduziu uma interessante téttrade destinada à compreensão das mudanças culturais geradas pelos meios e pelas tecnologias. Algumas de suas defesas epistemológicas se basearam em que as tecnologias e os meios admitem

¹ KrohlingKunsch, M., Alfonso, A. e Cruz Brittos, V. (Eds.). (2011). Marshall McLuhan 1911-2011: 100 años. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 8(14-15), 1-240.

ser considerados prolongações de nosso corpo e nossos sentidos, que é possível distinguir entre meios “quentes” e “frios” com base na definição do meio e das possibilidades de participação das audiências.

Basta apenas olhar a realidade para antecipar o mundo apocalíptico: a Netflix mudou para sempre a forma de perceber o cinema e a televisão; o Spotify, o entorno da música; o Booking, a forma de fazer turismo; o WhatsApp, as mensagens e o telefone fixo; o Twitter, a forma de fazer política e construir opinião pública; o Uber, o Tesla, o Waze, o YouTube, a Amazon e, em geral, todo o fenômeno das redes sociais que determinam nossas vidas em todos os sentidos.

Embora tenhamos certeza de que existem elementos relevantes nos novos modelos de comunicação na web, que nos permitem apontar a existência de uma nova forma de interação entre os seres humanos, também é fato que ainda existem muitas incertezas com respeito a se estamos assistindo —dada a proliferação de meios na web— a uma nova forma de manipulação ou o retorno a uma sociedade de massas e não de públicos².

A análise do que ocorre na rede, bem como das relações que se dão entre as pessoas que participam delas, implica um estudo multidisciplinar que permita compreender as características dessas relações. A análise deve ajudar a descobrir novos padrões de comunicação, formais e informais, tradicionais ou futuros, convergentes ou emergentes.

No caso das organizações, sejam elas públicas ou privadas, grandes, médias ou pequenas, é mister entender se os padrões das relações ou interações produzidas na rede ajudam a compreender ou a explicar porque os funcionários desenvolvem certas atitudes com respeito aos eventos da organização ou aos assuntos relacionados com o mundo do trabalho e que não geram, precisamente, a maior produtividade esperada pelos proprietários dessas organizações.

Como nossas pesquisas não são do tipo conclusivo —e dado que nos identificamos com o fato de que é melhor ter incertezas do que certezas—, vemos, nesses novos modelos, a plataforma de lançamento de um campo para a consolidação de meios sociais e de um grande tecido social, colaborativo, participativo, inclusivo.

As redes e, em geral, as tecnologias da informação e da comunicação, ao aumentar sua complexidade e as possibilidades de transmissão de informação em todos os sentidos, obrigam a considerar novos cenários para a resolução de problemas e para as próprias relações entre os atores que incursionam nela. Essa é uma nova certeza em meio das incertezas que, para apocalípticos e integrados, gera este incomensurável mundo da web desde sua versão 1.0 (transmissão de dados e informação) até as versões 2.0 (interação e comunidades virtuais) e a 3.0 (soluções completas e complexas para o usuário).

² A diferença entre esse tipo de sociedade é notória e fica evidente apenas no fato de apontar que os públicos não são sujeitos passivos nem manipuláveis. Para maior informação sobre este tópico, sugere-se ler o texto de Luis Horacio Botero Montoya, intitulado *Teoría de públicos: lo público y lo privado en la perspectiva de la comunicación*, publicado em agosto de 2007 pelo Sello Editorial Universidad de Medellín.

Sem dúvida alguma, no que vai da comunicação tradicional para a comunicação na web não resta outra coisa que não seja ver nas redes, mas nas sociais, um centro de novas possibilidades para alcançar maior mobilidade social e, portanto, maior justiça redistributiva e igualdade social. Pelo menos, pela utopia, vale a pena fazer uma aposta para compreender e identificar as tendências nas interações comunicacionais humanas e sociais derivadas das práticas na interação virtual.

Mauricio Andrés Álvarez Moreno
Editor geral