

Tendências das mídias a partir de um olhar sobre a história

Máгда Rodrigues da Cunha

RESUMO

A observação das respostas dadas pelas mídias à história torna possível apontar para uma tendência de futuro próximo de formatos. O presente artigo tem o objetivo de relacionar os diferentes momentos históricos que marcam os séculos XX e XXI e o desenvolvimento das tecnologias midiáticas. Entende-se que as modificações das mídias estão associadas a um determinado contexto e tornam-se uma resposta às perguntas presentes nestes diferentes horizontes. Tal observação e a descrição das características do atual momento, levam à possibilidade de apontar ou justificar as características tecnológicas da mídia. O recorte pelo século XX se justifica por ser este período aquele em que estão concentradas as mais significativas invenções voltadas para a comunicação: o rádio, a televisão e a internet, marcando ainda a força do impresso. Esta convivência de diferentes formatos faz do século XX um marco para qualquer investigação. O início do século, marcado por uma demanda por transmissões a distância, encontra no rádio uma resposta que se aperfeiçoará em móvel, quando a sociedade buscar a mobilidade. A valorização do olhar e da imagem, resultante da movimentação das grandes cidades, chega à consolidação da televisão. A sociedade hipermoderna e individualista do século XXI verifica a expansão da telefonia celular como suporte para a internet móvel e a convergência de linguagens da comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: Mídias – história. Mídias – tendências.

1 Introdução

O final do século XIX até meados do século XX marca um período em que as pessoas foram envolvidas de modo tão completo e tão rápido num processo dramático de transformação de seus hábitos cotidianos, suas convicções, seus modos de percepção e até seus reflexos instintivos, não tendo comparação com nenhum momento anterior. A economia capitalista torna-se global. Sevckenko (1998) afirma que a raiz dessa dinâmica expansionista está em fins do século XVIII, ao redor de 1780, com a Revolução Industrial. O surto inaugural, segundo ele, da economia industrializada, está baseado em três fatores básicos: o ferro, o carvão e as máquinas a vapor, propiciando o surgimento das primeiras unidades produtivas, as fábricas. Seu centro de origem e irradiação é a Inglaterra, voltado sobretudo para a produção de tecidos manufaturados de algodão e lã, distribuídos em escala mundial pelas novas ferrovias e navios a vapor.

O momento seguinte da expansão da economia industrial é desencadeado pelo advento da Segunda Revolução Industrial, também intitulada Revolução Científico-Tecnológica, conforme Sevckenko (1998), começando em meados do século XIX, tendo sua plena configuração em 1870. O autor entende que, embora seja considerada como um segundo momento da industrialização, esta revolução é muito mais complexa, ampla e profunda do que um mero desdobramento da primeira. Representa um salto, tanto em termos qualitativos quanto quantitativos e resulta da aplicação das mais recentes descobertas científicas aos processos produtivos. Ela possibilita o desenvolvimento de novos potenciais energéticos, como a eletricidade e os derivados de petróleo, dando origem a novos campos de exploração industrial. Entre essas possibilidades estão indústrias químicas, novos ramos metalúrgicos, como os do alumínio, do níquel, do cobre e dos aços especiais, além de desenvolvimento nas áreas da microbiologia, bacteriologia e bioquímica, com efeitos significativos sobre a produção e conservação de alimentos.

2 O início do século XX

Velocidade e mobilidade física são as chaves do início do século XX. A sociedade vive sob o impacto da criação. As pessoas são envolvidas por mudanças radicais nos hábitos cotidianos, com a expansão da economia industrial. Invenções com uso ainda não definido estão presentes. É o período da nova física, dos experimentos e da tentativa de transmissão de sinais a distância. Muitos, como refere Flichy (1993), fazem a mesma tentativa. Todavia, as modificações não entram no dia-a-dia das pessoas com facilidade. O impacto é grande e, como define Sevcenko (1998), a tendência é pela intimidação e desorientação. A sociedade resiste, inicialmente, a mudanças e novas teorias.

As diversas áreas sofrem com o impacto da mudança, desde o cotidiano, os serviços domésticos, até as artes. Porém, mesmo com a desorientação, a velocidade e o deslocamento permanecem. A idéia de recolonização de territórios está presente. Por isso, esta pode ser identificada como uma das principais perguntas: como comunicar e transmitir a distância? Os indivíduos não sabem exatamente o que fazer com as possibilidades que surgem, mas reconhecem a necessidade. É questão deste horizonte o rompimento das distâncias, em qualquer nível. As pessoas estão em deslocamento, as mulheres começam a mudar sua situação, os meios de transporte mais desenvolvidos, mas a comunicação ainda é precária.

No início do século XX, a opinião pública penetra no âmbito doméstico sob uma única forma: a imprensa e principalmente através do jornal. Prost e Vincent (1992) observam que é preciso destacar o caráter essencialmente global desta imprensa. Na França, por exemplo, há, em 1912, mais de 300 jornais diários, dos quais 62 em Paris e 242 no interior. Noventa e quatro cidades do interior dispõem de um diário, devendo ainda ser acrescentadas as folhas semanais ou bissetimanais. A guerra de 1914 abala essa imprensa mal preparada para transmitir as notícias da frente de combate. Ao mesmo tempo, enfrenta uma nova concorrência: o rádio.

No momento em que surge, é possível afirmar que o rádio constrói uma relação especular com a sociedade. As primeiras experiências e o rádio como consequência não deixam de ser resultado deste todo. Na forma como se constitui, responde a uma pergunta, considerando especialmente a presença da guerra e a necessidade de comunicação. Todavia, é contraditório junto ao público. Fica claro que, no início do século, ele não é um meio massivo, mas um instrumento baseado em uso militar. Se o século começa com o desenhar de uma guerra, as experiências apontam nesta direção. Paralelamente, o mundo vive a Revolução Científico-Tecnológica que também leva à busca de novas experiências. São mudanças na sociedade, mas que ainda não definem o uso do meio.

3 As guerras e a crise

A Primeira Guerra Mundial marca uma mudança decisiva no campo radiofônico. O conflito comporta um esforço produtivo imenso de aparelhagens receptoras-transmissoras sob encomenda bélica, bem como o controle direto da atividade radiotelefônica por parte das autoridades governamentais e militares. No final do primeiro conflito mundial, o governo norte-americano tem total consciência da importância estratégica, militar e política das comunicações para a manutenção da soberania nacional.

O período que vai dos anos 1920 aos 1950 do século XX é marcado pela Segunda Guerra Mundial que, como define Hobsbawn (1995), é global. É importante lembrar que a sociedade já conhece uma guerra mundial. Praticamente todos os Estados independentes do mundo se envolvem, queiram ou não, embora as repúblicas da América Latina só participem de forma mais nominal. Antes de chegar à Segunda Guerra, é preciso delinear o percurso histórico até a explosão do conflito.

O pior prejuízo físico da Primeira Guerra é reparado por volta de 1925, quando as colheitas voltam ao normal, o total de alimentos da Europa e a

produção de matéria-prima ultrapassam os níveis de antes da guerra. As moedas se estabilizam depois dos ataques da inflação. Os Estados Unidos pagam integralmente as suas dívidas externas, possuem um grande mercado doméstico para abastecer e podem ajudar o reequipamento físico de outros países.

O crescimento americano começa a declinar em 1928 e os Estados Unidos, que haviam emprestado dinheiro a países europeus, começam a cobrá-lo de volta, o que coloca os devedores em dificuldade. Os negócios entram em queda e a confiança declina quando cada vez mais pessoas querem ter o seu dinheiro nas mãos. Um sintoma é o colapso da Bolsa de Valores de Nova York, em outubro de 1929, lembrado como *a quebra de Wall Street*. Por volta de 1930, o dinheiro dos Estados Unidos para investimentos no exterior se esgota e os americanos podem agüentar poucas importações. Um colapso mundial está a caminho.

Começa a Grande Depressão e, na eleição presidencial de 1932, os americanos escolhem para exercer a presidência da República o democrata Franklin Roosevelt. Em 1933, o antes minúsculo movimento nazista assume o controle político na Alemanha e é a mais importante mudança política na Europa desde 1918. Quando em 1932, novas eleições transformam os nazistas no maior partido do Parlamento, o presidente da república, o Marechal-de-Campo Hindenburg decide que o líder nazista deve ter a chance de mostrar se pode lidar ou não com os problemas da Alemanha. Pede a Adolf Hitler para ser seu chanceler e ele assume em 1933. Em 30 de janeiro, pede que sejam convocadas novas eleições, pois seu cargo dá poder para tal e promete uma coalizão com os grupos conservadores. A vida na Alemanha muda radicalmente e os alemães voltam a se orgulhar de si mesmos. Hitler também proporciona uma indiscutível série de sucessos nos negócios externos.

A Segunda Guerra começa no dia 1º de setembro de 1939, quando a Alemanha invade a Polônia. Em 3 de setembro, os governos inglês e francês, relutantes, declaram guerra à Alemanha. Roberts (2001) ressalta que os nazis-

tas fazem esforços especiais para eliminar os que eles supõem ser geneticamente indesejáveis. No caso dos judeus, falam com desenvoltura em uma solução final e, segundo o autor, corretamente se atribui à palavra holocausto ao que é feito.

Este período pode ser entendido como de aperfeiçoamento e uso real do que é iniciado anteriormente, reunindo as invenções, a velocidade da passagem do século e até mesmo uma Segunda Guerra. Nesse horizonte, começam as reais mudanças de hábitos no cotidiano. A população descobre que os inventos podem trazer conforto e se apropriam disto. Apesar dos problemas econômicos causados pelo conflito mundial, a conseqüência também é o avanço tecnológico.

4 O avanço tecnológico pós guerra

É preciso aperfeiçoar para o uso cotidiano tudo o que é inventado, seja ou não para a guerra. A pergunta é: para que servem as invenções? O impacto primeiro e a rejeição já não existem mais. As mudanças no dia-a-dia começam a gerar reflexões.

Cinco séculos depois do nascimento da imprensa, o rádio tenta fazer com a voz, essa forma tão primitiva de comunicação, o que antes só podia ser feito com a impressão: armazená-la, repeti-la e transmiti-la a grandes distâncias. Os três inventos que transformam o uso da voz humana, o telefone, o rádio e o gravador, são, em um primeiro momento, concebidos como melhorias no sistema telegráfico. A informação de Pool (1992) aponta para o âmbito social do rádio. Pois, se o fonógrafo, o telefone e o rádio são, em princípio, concebidos como um aperfeiçoamento da telegrafia, o telefone e o rádio são meios irmãos.

O que surge como emissão de rádio é um meio de massas irreversível, que dá a alguns poucos produtores das capitais um modo de dirigir-se a toda a nação. É um instrumento que se escuta sozinho ou com a família. “[...] era o companheiro das horas solitárias, as drogas dos que não tinham amigos[...]” (POOL, 1992, p. 84). A radiodifusão substitui o bar da esquina, a reunião na igreja, a banda local ou o concerto. No início do século XX, os sociólogos

descrevem uma civilização urbana em expansão. As grandes cidades, as fábricas, a mobilidade geográfica, a burocracia e os meios de comunicação criam, segundo eles, uma sociedade marcada pela ausência de personalidade e produtos pouco diferenciados e o rádio se inclui nesta descrição. O telefone é diferente, sendo um invento contra a fácil generalização que está acontecendo.

Tanto o telefone quanto o rádio têm profundos ainda que diferentes efeitos sobre a ecologia da atividade humana. Os processos de mudança urbana, por exemplo, que começam no início do século, florescem nos anos 1920 com o início da radioemissão. A coincidência das transmissões e da rápida urbanização é uma questão fortuita, mas significa que o rádio se converte em um meio de entretenimento para a primeira geração de habitantes classificados como imigrantes lançados ao anonimato de novas cidades. Não conhecem seus vizinhos imediatos e nem pertencem a nenhum grupo organizado com sua própria tradição cultural. Para essas pessoas, o rádio deve proporcionar muito do que seus pais e avós lhes haviam dado nas festas ou férias no interior, em reuniões religiosas semanais. O rádio, segundo Pool (1992), é um excelente substituto da vivência comunitária.

Nesse momento, o mundo vive uma nova época de expansão, paralela à busca da paz e uma reconstrução no pós-guerra. A transmissão de informações à distância já é comum, mas o homem quer ir mais longe e abre caminho às viagens espaciais. As pessoas sentem-se controladas pelas máquinas que agora entram em larga escala no cotidiano. As metrópoles crescem horizontalmente e podem expandir-se na vertical, graças à versatilidade dos novos materiais de construção, como o concreto armado, aços especiais, alumínio e chapas resistentes de vidro, que darão origem aos prédios e arranha-céus.

A população tem sua vida administrada por uma complexa engenharia de fluxos que controla os sistemas de abastecimento de água corrente, esgotos, fornecimentos de eletricidade, gás, telefonia e transportes, além de planejar as vias de comunicação, trânsito e sistemas de distribuição de gêneros ali-

mentícios, de serviços de saúde, educação e segurança pública. Dessa forma, numa metrópole tudo se insere em sistemas de controle, até o passo com que as pessoas se movem nas ruas. Há dependência da intensidade dos fluxos de pedestres e do trânsito de veículos, de forma que, se alguém for mais lento do que seus circundantes, pode ser chutado, acotovelado e pisado. Se não atravessa a via expressa rapidamente, termina debaixo de algum veículo.

O controle tecnológico pleno do ambiente acaba alterando seus comportamentos. Na sociedade mecanizada são homens e mulheres que devem se adaptar ao ritmo e à aceleração das máquinas e não o contrário. A alteração no padrão do comportamento da pessoas, imposta pelas máquinas, provoca uma mudança no quadro de valores da sociedade. Afinal, como relata Sevcenko (1998), os indivíduos não são mais avaliados pelas suas qualidades pessoais ou pelas diferenças que tornam única a sua personalidade. Não há tempo nem espaço para isso. Nas grandes metrópoles em rápido crescimento, todos vêm de algum outro lugar. Portanto, praticamente ninguém conhece ninguém, cada qual tem uma história à parte.

5 Mudanças na vida cotidiana

A forma prática de identificar e conhecer os outros é a mais rápida e direta: pela maneira como se vestem, pelos objetos simbólicos que exibem, pelo modo e pelo tom com que falam e pelo jeito de se comportar. A comunicação básica, que precede a fala e estabelece as condições de aproximação, é externa e baseada em símbolos exteriores. Como esses códigos mudam com extrema rapidez, as pessoas vivem no império das modas. A mudança ocorre para evitar que alguém possa imitar ou representar características e posição que não condizem com sua real condição. As pessoas são aquilo que consomem. Em 1947, *Christian Dior* muda os padrões da moda ao criar o *New Look*. A nova silhueta feminina é forjada em cortes arrojadados e tecidos luxuosos.

O fundamental da comunicação, o potencial de atrair e cativar está con-

centrado na qualidade das mercadorias que o indivíduo ostenta, no capital aplicado não só em vestuário, adereços e objetos pessoais, complementa Sevcenko (1998). São observados também recursos e tempo livre empenhados no desenvolvimento e na modelagem de seu corpo, na sua educação e no aperfeiçoamento de suas habilidades de expressão.

As pessoas se mexem rapidamente, segundo Sennett (1997), em especial para o interior dos subúrbios a que só têm acesso por meio de automóveis. A logística da velocidade aliena o corpo dos espaços através dos quais ele se desloca e por questões de segurança, o planejamento das vias expressas torna-se neutras e padronizadas. O ato de dirigir obriga o corpo sentado a permanecer numa posição fixa.

Dois novos fatores associados – a aceleração dos ritmos do cotidiano e a invasão da tecnologia, juntamente com a ampliação do papel da visão como fonte para orientar e interpretar rapidamente os fluxos – provocam mudança na sensibilidade e nas formas de percepção sensorial das populações metropolitanas. Ocorre uma supervalorização do olhar, acentuada e intensificada pela difusão das técnicas publicitárias, incidindo sobretudo no refinamento da capacidade de captar o movimento. No hábito tradicional há concentração sobre objetos e contextos artísticos.

Sevcenko (1998) revela que, nesse novo mundo em aceleração crescente, o ganho adaptativo em termos sensoriais e culturais consiste em estabelecer nexos imediatos com os fluxos dinâmicos. A sofisticação das habilidades do olhar possibilita a ampliação dos horizontes da imaginação e instiga as mentes a vislumbrar modos mais complexos de interação com os novos potenciais.

A televisão começa a marcar presença e atinge seu período áureo nesse horizonte. O rádio torna-se complementar e vive sua expansão, especialmente pela adaptação tecnológica do transistor, criado em 1947, mas usado em larga escala depois dos anos 1950. Na verdade, a televisão é o meio que responde à valorização do olhar.

Os anos 1950 apontam para uma independência dos indivíduos, maior grau de intelectualização, expansão da produção em massa e valorização do público jovem. O público em geral, inclusive, é interpretado muito mais como consumidor de bens produzidos em larga escala pela indústria. O avanço tecnológico valoriza o jovem que busca no rádio transistorizado a audição individual.

6 A consolidação dos meios eletrônicos

O rádio da família é destronado pela televisão. A transmissão de imagens por ondas é conhecida desde os anos 1930, mas a curta distância e em caráter experimental. O transistor na televisão também permite a redução do peso, do volume e do preço.

O ingresso do rádio e da televisão no universo doméstico constitui mutação social de primeira importância, segundo Prost e Vincent (1992). O espetáculo familiar da tevê é complementado pela escuta individual do rádio. Juntos, esses dois momentos de comunicação podem ocupar grande parte do tempo da vida privada. A informação passa a ser dominada pelo rádio e pela tevê. A imprensa já não impera e ocupa as lacunas dos meios audiovisuais, com informações mais aprofundadas, especializadas ou locais. As ondas prevalecem sobre a imprensa, porque são mais rápidas e podem chegar a todos os lugares e pessoas.

A História que vem após os anos 1970 é a de um mundo que perde as suas referências e resvala para a instabilidade e a crise. Segundo Hobsbawn (1995), até a década de 1980 não está claro como as fundações da Era de Ouro desmoronam irrecuperavelmente. A natureza global da crise não é reconhecida e muito menos admitida nas regiões não comunistas desenvolvidas, até que a URSS e a Europa Oriental do socialismo desabem inteiramente. Somente no início da década de 1990 o mundo reconhece que seus problemas econômicos são piores do que os da década de 1930.

Após os anos 1990, a tendência ao crescimento é retomada, mais sujeita

às oscilações voláteis causadas pela introdução das tecnologias microeletrônicas no mercado internacional. Nos anos 1970 começa a era da globalização, segundo Sevckenko (1998). Em meio às convulsões causadas pela crise do petróleo, uma série de medidas é tomada para dar maior dinamismo ao mercado internacional. Os Estados Unidos decidem abandonar o padrão-ouro com base no mecanismo de sustentação cambial, provocando um efeito de liberalização dos controles cambiais que logo se difunde para as demais economias desenvolvidas. Essas medidas geram novos fluxos de capital que, vendo-se agora livres dos controles e restrições antes exercidos pelos bancos centrais se voltam para novas oportunidades de investimento no mercado mundial. Superam, assim, os limites tradicionalmente representados pelas fronteiras nacionais.

Sevckenko (1998) relata que, nesse novo contexto, se produz uma alteração drástica de todo o quadro da economia mundial. De uma parte, a possibilidade de multiplicar filiais das empresas nos mais diversos pontos do planeta proporciona às grandes corporações um enorme poder de barganha. Impõem aos governos interessados em receber os seus investimentos e respectivos postos de trabalho, um amplo cardápio de vantagens, favores, isenções e garantias que praticamente torna os Estados e as sociedades reféns dos conglomerados multinacionais.

Redes de computadores, comunicação por satélite, cabos de fibras ópticas e mecanismos eletrônicos de transferência de dados e informações em alta velocidade se multiplicam num curtíssimo intervalo e permitem uma atividade especulativa sem precedentes. O papel-moeda se torna praticamente obsoleto, estimulando fluxos contínuos de transações eletrônicas que passam a atuar 24 horas e acompanham o ciclo dos fusos horários. Sevckenko (1998, p. 29-30) enfatiza que cada fração de segundo em que uma informação nova possa ser traduzida, pelo simples toque de uma tecla eletrônica, transfere volumes fabulosos de recursos de uma parte do mundo para outra e de milhares

de fontes para as contas de um pequeno punhado de agentes privilegiados.

A excepcional capacidade de mobilidade, de instalações, recursos, pessoal, informações e transações é tal, que uma mesma empresa pode ter a sua sede administrativa onde os impostos são menores, as unidades de produção onde os salários são os mais baixos, os capitais onde os juros são os mais altos e seus executivos onde a qualidade de vida é mais elevada.

Hobsbawn (1995) define que, no fim do século XX, tirando algumas poucas regiões retrógradas, a revolução vem da cidade, mesmo no Terceiro Mundo, em conseqüência da urbanização do globo. Cita alguns conflitos marcantes no período, como a Guerra do Afeganistão (1979-88), demonstrando que um regime com base na cidade pode manter-se numa país de guerrilha clássica. Aborda também a Guerra do Golfo (1991) quando o governante iraquiano Saddam Hussein mantém se no Iraque contra grandes insurreições no norte e no sul de seu país. As revoluções no fim do século XX têm de ser urbanas se querem vencer.

Esse horizonte do século é marcado também por profundas mudanças no panorama internacional. Outro fato importante é a mudança na União Soviética, à medida que mais informação é disponível para o resto do mundo acerca da verdadeira situação do país. As repúblicas soviéticas começam a se independizar e, por todo o leste da Europa, os governos comunistas demonstram não ter legitimidade aos olhos da população. O resultado é uma demanda geral por eleições livres. O Muro de Berlim, símbolo da divisão do mundo em duas superpotências (Estados Unidos e União Soviética) e que divide a Alemanha em Ocidental e Oriental, é derrubado em 1989 e marca a derrocada do comunismo soviético.

A televisão é, nesse contexto, segundo Roberts (2001), fonte primária de entretenimento e informação de massa em todo o mundo. Ela pode ter iniciado, segundo o autor, uma nova época de comunicação visual onde as imagens e não a palavra escrita, desempenham o papel principal. Talvez seja a

maior força de mudança cultural e social desde o advento da imprensa, afastando a humanidade das palavras para as imagens e do pensamento para o fluir e o refluir das emoções, impressões e imprecisões.

A criação e uso da Internet é um dos importantes acontecimentos desta época. A rede tem origem em um esquema ousado, conforme Castells (1999), imaginado na década de 1960 pelos guerreiros tecnológicos da Agência de Projetos de Pesquisa Avançada do Departamento de Defesa dos Estados Unidos. O objetivo é impedir a tomada ou destruição do sistema norte-americano de comunicações pelos soviéticos, em caso de guerra nuclear.

No último quarto do século XXI, a humanidade tenta compreender a desordem da velocidade, das invenções e das guerras. Todavia, os indivíduos existem em escala global. A mobilidade, difícil no início do século, por ser física e depender de navios, passa a ser oferecida em escala virtual. A expansão capitalista é realidade e o mundo precisa aprender a existir em escala global. O plano virtual está no cotidiano e a idéia de convergência, complementaridade e não exclusão são o pensamento vigente em relação aos meios.

7 A mobilidade

Tecnologicamente, não há como excluir a telefonia celular de qualquer registro histórico. Mais do que o rádio transistorizado nos anos 1950, esta tecnologia encaminha as plataformas de comunicação para um outro contexto: o da individualização e personalização.

Pellanda (2005) afirma que uma mudança importante na história da Internet é a forma de acesso. O autor relembra que em 1973, Martin Cooper instalou a primeira estação de sinais (radiobase) nos Estados Unidos e provou que era possível usar células de sinais que poderiam cobrir áreas onde as pessoas se deslocavam. A japonesa NTT lançou o primeiro serviço comercial de telefonia celular em 1979, e até hoje mantém a liderança tecnológica e quantitativa do setor.

Os serviços de dados como conexão à Internet ganham espaço desde então. Com isso, a receita das operadoras, que hoje é composta na maior parte por ligações de voz, deve mudar no futuro. O caminho, segundo Pellanda (2005), é que elas venham a se tornar provedores de conteúdo para poder aumentar a receita com dados. No Brasil, já há os serviços de *video-streaming* e operadoras oferecem serviço de TV no celular. Praticamente todas as operadoras européias e norte-americanas estão oferecendo algum tipo baseado em TV para o celular.

8 O individualismo e a personalização

Essa tendência tecnológica responde a uma pergunta deste momento histórico. Lipovetsky (2004) descreve a hipermodernidade baseada numa sociedade hiperindividualista, onde investe-se emocionalmente naquilo que é mais próximo, nos vínculos fundados sobre a semelhança e a origem em comum. Ainda de acordo com o pensamento do autor na atual sociedade nasce toda uma cultura hedonista e psicologista que incita à satisfação imediata das necessidades, enaltecendo o “florescimento” pessoal. Na comunicação, essas características apontam para uma tendência à produção individualizada ou personalizada de informação, seja no âmbito da publicidade ou mesmo do jornalismo.

O conceito de personalização de conteúdos em comunicação social, ainda não descrito claramente, começa a ser desenhado em um contexto que viveu durante muitos anos baseado na segmentação de informações, relacionada aos meios convencionais, com finalidades especialmente comerciais. As tecnologias digitais oferecem a possibilidade de personalizar as informações, chegando ao extremo da individualização. Mais uma vez, os meios, acostumados a falar para as grandes massas, a informar as grandes audiências, encaram um paradoxo: a demanda por uma informação individual.

Personalização em comunicação entende-se, até o momento, como a possibilidade de o público interagir sobre a forma e o conteúdo do jornal,

para consumir unicamente o que quer e como quer, dentro dos limites da própria tecnologia. São as notícias, o recebimento de um jornal à la carte, o recebimento de newsletters ou mensagens com fins publicitários. Mas outras questões começam a ter destaque em relação ao comportamento dos meios habituados a uma produção massiva, especialmente quanto à impressão em larga escala ou mesmo a radiodifusão.

9 Considerações finais

A observação sobre a História permite evidenciar que a as mídias têm respondido às questões dos diferentes horizontes nos quais estão inseridas e nos quais ocorre o seu desenvolvimento e consolidação. Briggs e Burke (2004), ao realizarem um trabalho de historiografia, na obra *Uma História social da mídia*, possibilitam a percepção de que, nos 500 anos que antecedem o século XX, o grande confronto ocorre ao se delinarem esfera pública e privada. De qualquer forma, já nesse período, começam a se desenhar as marcas dos 100 anos, nos quais esteve aqui concentrado este artigo. E a tendência esteve normalmente voltada para a tentativa e controle da informação. As mídias acabaram normalmente por se organizarem de maneira que estivessem sob o controle de alguns grupos ou organizações.

O uso das mídias pela audiência se desenvolveu a partir de centros, eixos de distribuição. Esses centros emissores, como descrevem Briggs e Burke (2004), acabaram por organizar os conteúdos em informação, educação e entretenimento. As grandes empresas segmentaram estes conteúdos para distribuição e a centralização é certamente a marca que tem acompanhado a história das mídias. As audiências exercem apenas um papel: o de receber. E aqui aborda-se a questão receber não de forma passiva, mas coloca-se em contraposição ao que no século XXI será permitido pelas tecnologias digitais por intermédio das quais, com certas limitações, muitos têm melhores possibilidades de produção de informações. Historicamente, as linguagens da co-

municação estiveram centralizadas e organizadas verticalmente, a partir de um eixo emissor localizado nos meios convencionais para produção massiva. Isto coincide agora com uma individualização, mas resulta também numa personalização de conteúdos.

Como tendência, pode estar a obsolescência de conceitos, conforme o pensamento de Alasuutari (2005) em torno do futuro dos meios. Para ele, o conceito básico dos meios começa a tornar-se obsoleto, por estar rodeado por um conjunto de imagens, baseado na idéia de esfera pública como arena onde as pessoas que nela falam podem ser ouvidas por muitas outras. A outra imagem é a do canal por onde se tem informação sobre a sociedade, “[...] ou a lente pela qual se tem a imagem da realidade fornecida pelos media, que pode ser distorcida ou não.”(ALASUUTARI, 2005, p. 13)

De acordo com o autor, os dois conceitos tornam-se obsoletos em um contexto com diversidade de canais, incluindo a telefonia celular ou a internet, onde existem diferentes argumentos e informação variada, não fazendo sentido debater se a imagem dada por determinado canal estaria ou não distorcida.

A relação destas variáveis também está ligada à conjunção de fatores como citado por Castells (1999). Três processos se uniram de acordo com o pensamento do autor, inaugurando uma nova estrutura social predominantemente baseada em redes: as exigências da economia por flexibilidade administrativa e por globalização do capital, da produção e do comércio; as demandas da sociedade, em que os valores da liberdade individual e da comunicação aberta tornaram-se supremos; e os avanços extraordinários na computação e nas telecomunicações possibilitados pela revolução microeletrônica.

Os modelos que se desenham são implantados simultaneamente e por isso apontar tendências é também descrever o momento. As tecnologias digitais trouxeram a possibilidade de personalizar conteúdos, individualizar interesses, conhecer os interesses individuais e até mesmo proporcionar que muitos produzam informações. Até mesmo medicamentos já estão entrando em

produção personalizada, conforme Kelleher (2006, p. 136). Na base, está um forte apelo comercial, do qual a publicidade rapidamente se apropriará, mas que não pode ser ignorado quando o assunto é produção de conteúdo.

Briggs e Burke (2004) afirmam que muito antes das viagens espaciais ou no ciberespaço, nos anos considerados da velha mídia, os leitores e ouvintes não tinham que ser passivos. Nem mesmo quando viam pinturas ou esculturas. E, realmente, o público nunca pode ser considerado passivo, mas também nunca teve a oportunidade de produzir, de tornar públicos os seus pensamentos se não fosse por intermédio dos canais convencionais, previamente estabelecidos. O que se observa, neste mundo onde há mais mediação do que em qualquer outro momento da História, conforme concluem os autores, é que as audiências pretendem buscar para si, pelo menos em certa parte, o poder de publicar. Na sociedade hipermoderna, receptores desejam ser atendidos individualmente, ou passam a produzir para si mesmos, distribuídos e relacionando-se em rede.

Trends of the Media from one look at the history

ABSTRACT

The observation of the answers given by the Media to history makes it possible to point out a trend of future of the next formats. The present article has the objective to relate the different historical moments that mark the 20th and 21st centuries and the development of the media technologies. One understands that the modifications of the Medias are associated to a determined context and become an answer to the questions of the different horizons. Such observation and the description of the characteristics of the current moment lead to the possibility of pointing or justifying the technological characteristics of the media. The delimitation of the 20th century is justified because this period is the one when the most significant inventions directed towards the communication are concentrated: the radio, the television and the Internet, marking still the power of the press. This co-existence of different formats makes the 20th century a landmark for any inquiry. The beginning of the century, marked by a demand for long distance transmissions, finds in the radio a reply that will be improved in mobile communication, when society seeks mobility. The valuation of the look and the image, resultant of the

movement in big cities, arrives at the consolidation of the television. The hypermodern and individualist society of the 21st century verifies the expansion of the cellular telephony as support for the mobile Internet and the convergence of communication languages.

KEYWORDS: Media – history – trends

Tendencias de los media a partir de una mirada sobre la historia

RESUMEN

Con la observación de las respuestas dadas por los medios a la historia llega a ser posible señalar con respecto a una tendencia del futuro de formatos. El presente artículo tiene objetivo de relacionar los diversos momentos históricos que marcan siglos 20 y 21 y el desarrollo de las tecnologías de los medios. Se entiende que las modificaciones de los medios están asociadas a un contexto determinado y se convierten en una respuesta a las preguntas en estos diversos horizontes. Tal observación y la descripción de las características del momento actual conducen a la posibilidad de señalar o justificar las características tecnológicas de los medios. El truncamiento por el siglo XX se justifica por ser este período uno donde las invenciones más significativas dirigidas hacia la comunicación se concentran: la radio, la televisión y el Internet, todavía marcando la fuerza de la materia impresa. Esta convivencia de diversas marcas de los formatos del siglo 20 es señal para cualquier investigación. El principio del siglo, marcado por una demanda para las transmisiones en la distancia, encuentra en la radio una respuesta que será perfeccionada en móvil, cuando la sociedad busca movilidad. La valuación de la mirada y la imagen, resultado del movimiento de las grandes ciudades, llega la consolidación de la televisión. La hipermoderna e individualista sociedad del siglo 21 verifica la extensión de la telefonía celular como la ayuda para el Internet móvil y la convergencia de los lenguajes de la comunicación.

PALABRAS CLAVE: Media – historia – tendencias

Referências

ALASUUTARI, Pertti. O conceito clássico de mídia está a tornar-se obsoleto: entrevista a Anabela de Souza Lopes e Carla Baptista. *Media & Jornalismo*, Coimbra, n.6, 2005.

BRIGGS, Asa ; BURKE, Peter. *Uma história social da mídia*: de Gutenberg à Internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999. (A Era da informação: economia, sociedade e cultura, v. 1).

- FLICHY, Patrice. **Una historia de la comunicación moderna**: espacio público y vida privada. México: Gustavo Gilli, 1993.
- HOBSBAWN, Eric. **Era dos extremos**: o breve século XX:1914-1991. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- KELLEHER, Kevin. Personalize it. **Wired Magazine**, San Francisco, Cal., 14 jul. 2006.
- LIPOVETSKY, Gilles. Os tempos hipermodernos. São Paulo: Barcarolla, 2004.
- PELLANDA, Eduardo Campos. **Internet móvel**: novas relações da cibercultura derivadas da mobilidade na comunicação. 2005. 194 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.
- POOL, Ithiel de Sola. Discursos e sonidos de largo alcance. In: WILLIAMS, Raymond (Org.). **Historia de la comunicación**: de la imprenta a nuestros días. Barcelona: Bosch, 1992.
- PROST, Antoine; VINCENT, Gérard. **História da vida privada**: da primeira guerra a nossos dias. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.
- ROBERTS, J. M. **O livro de ouro da história do mundo**: da pré-história à idade contemporânea. Rio de Janeiro: Ediouro, 2001.
- SENNETT, Richard. **Carne e pedra**: o corpo e a cidade na civilização ocidental. Rio de Janeiro: Record, 1997.
- SEVCENKO, Nicolau. **História da vida privada no Brasil República**: da Belle Époque à era do rádio. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. (História da vida privada no Brasil; 3)

Máгда Rodrigues da Cunha

Jornalista, Mestre em Comunicação Social,

Doutora em Letras, Professora FAMECOS/PUCRS

E-mail: magda.cunha@uol.com.br