

APRESENTAÇÃO

Tendências, rupturas ou exercícios de futurologia?

por Prof^a Dr^a Elizabeth Saad¹

ten.dên.cia

- Disposição natural que leva alguém a agir de determinada maneira ou a seguir certo caminho; inclinação, predisposição.
- Evolução de algo num dado sentido; orientação.

rup.tu.ra

Suspensão da continuidade de algo; corte, interrupção

fu.tu.ro.lo.gia²

- Disposição natural que leva alguém a agir de determinada maneira ou a seguir certo caminho; inclinação, predisposição.
- Evolução de algo num dado sentido; orientação.

Os sentidos dicionarizados dos termos sinalizadores do que vem pela frente, se aplicados literalmente ao ambiente da comunicação digitalizada, vislumbram cenários complexos, de mutação contínua, impermanentes e, portanto, de difícil gestão por parte dos protagonistas e participantes.

1. Professora Sênior da ECA-USP, coordenadora do grupo de pesquisa COM+ e do Curso de Especialização *lato sensu* DIGICORP.

2. Definições do Dicionário Michaelis.

Nenhuma novidade. Tanto a academia quanto o mercado, cada um em seus devidos tempos, discutem, preocupam-se, absorvem e também alguns ignoram os processos inovadores de transformação, mudanças, melhorias, substituições que emergem das tecnologias digitais, dos processos econômicos, políticos e sociais, dos modelos organizacionais que têm na comunicação digitalizada uma atividade central.

Seja uma indicação de direcionamento, do possível porvir - a tendência, seja o impacto de uma transformação completa de qualquer processo - a ruptura, ou seja o exercício de uma atividade estruturada de construção estratégica para absorção de tendências e rupturas - a futurologia, discutir estes cenários constitui-se hoje como parte fundamental e até determinante dos campos de pesquisa, desenvolvimento e inovação da comunicação, informação e mídias.

O **COM+** - Grupo de Pesquisa em Comunicação, Mídias e Jornalismo Digitais - tem como projeto coletivo o estudo, a análise e a disseminação para a sociedade das possibilidades transformadoras sobre o tema. Para além de transformações mais sistêmicas e globalizadas - tratadas em nosso volume inicial **Tendências para a Comunicação Digital (<https://goo.gl/QLqsLp>)** quando enfatizamos os aspectos de sociabilidade, o espírito do tempo digitalizado e as possibilidades narrativas emergentes, este **Tendências em Comunicação Digital - Volume 2** discute sobre o que vem pela frente em temas mais específicos como a informação jornalística, a emergência do mundo de *makers*, influência e celebridades alavancadas pelas plataformas sociais digitais, as transformações de mercado nas práticas de consumo e marcas, o claro predomínio da ação algorítmica como condução, e o design social e cultural como novo estruturante dos processos de sociabilidade.

É evidente que este Volume 2 não dá conta de todas especificidades que tocam o campo da comunicação e da informação. Buscamos apresentar aquelas sobre as quais os pesquisadores do **COM+** desenvolvem mais assiduamente seus trabalhos. Também buscamos relatar tendências e rupturas nas especificidades dos

processos de comunicação e mídia condicionadas ao sistema comunicativo vigente nas diferentes ambiências de território e lugar, e seus respectivos usos (ou consumos) pela sociedade.

Conceituando um tanto mais este construto, apropriamos e adequamos a proposta de Mardsen & Dawson (2017, online)³, advinda do campo da engenharia industrial, que coloca a ruptura de um sistema como decorrente da relação entre a frequência de um procedimento de confiabilidade diante da vulnerabilidade de seus riscos e impactos. Os autores afirmam que a gestão de processos de ruptura é viável se uma organização implementar o monitoramento contínuo e sistematizado do ambiente (monitoramento das tendências sobre as variáveis centrais do negócio) amplia a capacidade da organização em vivenciar as eventuais rupturas (exercício da futurologia de forma resiliente).

Algumas organizações recorrem a práticas de monitoramento por meio da participação em *think-tanks*⁴ (grupos multisetoriais de reflexão estratégica) ou da contratação de profissionais denominados futuristas (seja de visões apocalípticas ou de visões integradas, parodiando Umberto Eco) para gerenciamento estratégico de tendências e rupturas.

A questão que deu origem a este *e-book* vai direto ao centro do debate da comunicação digitalizada: as transformações emergentes são um caminho confiável e sem volta ou vivenciamos riscos e impactos que irão alterar definitivamente o tradicional modo de produzir e consumir informações?

No mundo da comunicação e informação, especificamente do jornalismo, Andrew Seele (*apud* CONNERY 2015, online)⁵, VP do

3. MARDSEN, Greg & DAWSON, David. Disruption & resiliense - new realities?, TRB - Transportation Research Board. 2017. Disponível em: <<http://docs.trb.org/prp/17-01740.pdf>>.

4. "In their most basic form, think tanks are part of the information flow in a democratic society, conducting research and analysis, and disseminating their findings and recommendations through publications and live gatherings that allow busy policymakers, advocates, journalists, and average citizens to hear diverse perspectives on important public issues." (SEELE, 2015 *apud* CONNERY, Mike , online).

5. CONNERY, Mike. The Digital Think-Thank. 2015. Disponível em: <<https://medium.com/thoughts-on-media/the-digital-think-tank-9d6dcc8de5ca>>.

Woodrow Wilson Center que dedica-se a pesquisas e reflexões que aproximem o mundo das ideias e as necessidades da sociedade, afirma que as empresas informativas devem recorrer às práticas do *think-tank* digital uma vez que o hábito da audiência mudou radicalmente e a necessidade em acompanhar de perto tais mudanças é vital para o enfrentamento das rupturas do porvir. Também afirma que o mundo das empresas informativas é lento neste tipo de posicionamento, uma vez que envolve a absorção de procedimentos inovadores a exemplo de grandes reportagens como o famoso *Snow Fall*, do *The New York Times*, ou práticas de modularização de conteúdos e sua dispersão por meio das plataformas sociais.

A proposta de conteúdo de **Tendências para a Comunicação Digital - Volume 2** sugere a visão *think-tank*, disponibilizando para o público focado na comunicação e mídia contemporâneas discussão, reflexão e comentários sobre assuntos de agora com a perspectiva daquilo que virão a ser em breve. Esperamos que o *e-book* seja o elemento disparador de um estreitamento do diálogo universidade-empresa.

Os pesquisadores docentes e profissionais de mercado que integram o **COM+** abordam os seguintes conjuntos temáticos indicando a tendência de agora com potencial de ruptura em breve. Assim, no Jornalismo temos:

- **Isadora Ortiz de Camargo** tem no texto *“Por uma gênese da crise: indústrias, identidades editoriais e mídia contemporânea”* uma reflexão sobre o potencial da mídia na sociedade contemporânea e sua capacidade de respostas aos cenários futuros;
- **Egle Spinelli** discute como é possível colaborar e inovar a partir dos atores e agentes do ecossistema vigente no texto *“Laboratórios de Inovação no Jornalismo: aplicação teórica e prática”*;

- Questionamentos sobre a aplicação de experiências imersivas nos processos de comunicação e informação são esclarecidos no texto *“A experiência imersiva como tendência na comunicação”*, de **Mayanna Estevanim**;
- O *platform journalism* e seus desdobramentos entre algoritmos e plataformas de redes sociais online, apresentado por **Stefanie C. da Silveira**, foca no funcionamento do ecossistema informativo emergente que reúne atores humanos e não-humanos com o texto *“Os algoritmos no fluxo de conteúdos: uma visão a partir da Teoria Ator Rede”*.

O conjunto temático voltado para a produção e o consumo informativo nos espaços das marcas destaca os seguintes pontos de tendência:

- As narrativas nas ambiências digitais estão cada vez mais atreladas aos processos de consumo e informação sob-demanda da própria audiência. O texto de **Daniele Rodrigues** *“Conteúdo ‘sob demanda’: revisitando processos de produção, distribuição e consumo”* apresenta o atual cenário;
- **Carolina Terra** envereda pela emergente tendência do empreendedorismo, do faça-você-mesmo e da autonomia criativa por meio do texto *“A cultura maker e sua influência junto às organizações”*;
- Reflexões sobre a noção de relacionamento frente à mediação dos processos de sociabilidade contemporâneos é feita por meio do texto *“O relacionamento na comunicação: conceitos e práticas de mercado”* de **Bianca Marder Dreyer**.

O último conjunto temático abre o debate para tendências com potencial de ruptura que, a partir do campo da comunicação e informação, afetam processos sociais de alcance coletivo, enfatizando o papel de transversalidade que vimos preconizando em nosso grupo de pesquisa. Assim:

- **Issaaf Karhawi** aborda o tema de influenciadores nas plataformas sociais digitais sustentando teoricamente como ocorre a trajetória de celebridades televisivas para youtubers e depois para influenciadores digitais. Seu texto é *“Na tela da TV e do computador: as celebridades youtubers”*;
- O espalhamento dos sistemas algorítmicos na governança das ambiências sociais e, por consequência, no comportamento mais amplo da sociabilidade é detalhado por **João Francisco Raposo** com o texto *“Algoritmos, personalização e filtragem do conteúdo”*;
- O *zeitgeist* que a rede espalha com relação à saúde, ao *fitness*, à beleza e aos cuidados com alimentação e meio ambiente emergem como mantra contemporâneo. **Ligia Trigo** apresenta uma pesquisa sobre o que se fala e quais as reações a audiência no texto *“O mito da saúde perfeita: a ditadura do saudável na contemporaneidade”*;
- Pensar as narrativas contemporâneas, sejam elas promocionais, informativas ou sociais, por meio de técnicas de design tem sido cada vez mais aplicado por organizações como ferramenta de planejamento estratégico. **Daniela Osvald Ramos** analisa o tema com o texto *“Do coletivo ao individual: o design como conceito estruturante da cultura”*.

Num brevíssimo resumo, **Tendências da Comunicação Digital - Volume 2** aponta um conjunto de temas e cenários que valem a discussão: a crise midiática diante do potencial transformador das redes digitais; a inovação dos processos informativos por meio de laboratórios de colaboração e narrativas imersivas; a configuração de ecossistemas informativos num cenário de pós-verdade; as inovações nos modos de consumo por meio do *on-demand*, da cultura *maker* e do repensar o papel dos relacionamentos para além da lógica linear de relações públicas; e mais um patamar dos vetores do espírito de nosso tempo – os sistemas algorítmicos, a influência dos influenciadores digitais, a saúde reconfigurada e o entranhamento do design como um conceito de modelamento do contemporâneo.

Neste conjunto podemos identificar tendências – os momentos atuais que indicam a direção das mudanças; rupturas – atividades que determinam o início de novos ciclos de comunicação; e algumas visões de como o presente está moldando o futuro.

O **COM+** espera que a leitura de **Tendências da Comunicação Digital - Volume 2** possibilite uma melhor compreensão do que seja gerenciar a comunicação e a informação na atualidade; e espera, cada vez mais, ampliar o diálogo com profissionais de mercado, acadêmicos e interessados em nossa vida digitalizada.