

# EDITORIAL

## VOCÊ AINDA CONHECE ALGUÉM QUE SE COMUNICA?

RAFAEL REIS

A pergunta acima, que dá título a esse editorial, é muito mais uma provocação de cunho filosófico baseada em observações da vida cotidiana do que propriamente um trabalho acadêmico de estilo formal, construído sobre pensamentos de diferentes autores e variadas linhas de pesquisa.

É óbvio que, com exceção de um ou outro ermitão escondido em algum canto do planeta e alheio às incontáveis ferramentas de transmissão de dados que fazem a rotina da humanidade contemporânea, todo mundo continua emitindo e recebendo mensagens durante todo tempo que se mantém acordado.

Mas, se considerarmos comunicação como algo mais profundo do que esse banal trânsito de informações de pouca relevância, aí é possível que estejamos realmente vivendo uma espécie de apocalipse comunicacional.

Se comunicar é a capacidade de decodificar as mensagens recebidas, interpretá-las com a bagagem cultural já previamente existente e aceitar ser transformado por elas, então é necessário repetir a pergunta: “Você ainda conhece alguém que se comunica?”

O problema não é novo. Lá no começo da década passada, Ciro Marcondes Filho já levantava essa questão e perguntava “Até que ponto de fato nos comunicamos?”, título do seu livro lançado em 2004.

Os quase 15 anos que separam a publicação dessa obra e o cenário atual só intensificaram esse processo. As agora tão onipresentes “bolhas sociais” estimuladas por redes como Facebook, Twitter e Instagram, e a ideia da pós-verdade, onde as versões valem mais que os fatos, minaram o poder das pessoas de praticar a comunicação em seu mais pleno sentido.

Com raras exceções, os diferentes grupos que compõem a malha social contemporânea se tornaram tão convictos de suas posições que não se permitem mais consumir e refletir sobre aquilo que desafia suas ideias pré-concebidas.

A reação do jornalismo a esse fenômeno tem sido menos tentar quebrar essa corrente de falta de comunicação e mais se adaptar a esses tempos, produzindo conteúdos para públicos menores e já predispostos a aceitar suas ideias editoriais.

A publicidade também não segue por um caminho muito diferente. De posse de dados cada vez mais precisos sobre quem são os consumidores, graças aos mais variados algoritmos, buscam a personalização dos anúncios.

Em palavras menos bonitas, isso não passa de uma tentativa de vender ao público aquilo que ele já possui, sejam produtos palpáveis ou conceitos imateriais ligados ao estilo de vida. Aqui, a preocupação com o poderio de transformação da comunicação também já inexistente.

E o mesmo vale para as indústrias da cultura e do entretenimento. As recomendações dadas por aplicativos como Netflix e Spotify jogam os usuários em um eterno looping de conteúdos semelhantes àqueles que eles já aprovaram no passado.

Os estúdios de cinema preferem dar novas roupagens a histórias já previamente contadas e produzir incontáveis sequências de franquias consolidadas nas bilheterias a investir em roteiros

realmente inéditos. As gravadoras e os cantores de sucesso fazem o mesmo com composições que são cópias descaradas dos hits do momento.

E, assim, nessa toada, a comunicação vai se tornando um bem cada vez mais escasso no mundo.

----

## EXPEDIENTE:

### EQUIPE EDITORIAL

#### EDITORES-CHEFE

1. Prof. Dr. João Flavio de Almeida, Universidade de Ribeirão Preto, Brasil
2. Prof. Ms. Geraldo José Santiago, Universidade de Ribeirão Preto, Brasil
3. Profa. Daniela Pereira Tincani, Universidade de Ribeirão Preto (UNAERP), Brasil

#### CONSELHO EDITORIAL

1. Prof. Dr. Arthur Autran, Universidade Federal de São Carlos - UFSCar / SP, Brasil
2. Prof. Dr. Lucas Galon, Universidade de Ribeirão Preto, Brasil
3. Prof. Dr. Sebastião Sérgio da Silveira, Universidade de Ribeirão Preto, Brasil
4. Profa. Dra. Tanyse Galon, Universidade Federal do Triângulo Mineiro - UFTM / MG
5. Dr. Pedro Coutinho, Escola Superior de Educação de Viseu, Portugal
6. Dra. Nahara Cristine Makovics Fusco, Fundação Armando Álvares Penteado, FAAP, Brasil.
7. Dra. Licia Frezza Pisa, Inst. Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais, IFSULDEMINAS, Brasil.
8. Dra. Dantielli Assumpção Garcia, Unioeste, Cascavel, PR., Brasil
9. Dra. Lucília Maria Abrahão e Sousa, USP Ribeirão Preto, Brasil
10. Profa. Dra. Cristina M. E. da C. J. de Camargo, Universidade Estadual de Santa Catarina - UDESC/CEART, Brasil

-----

Revista do Núcleo de Pesquisa em Comunicação Social da Universidade de Ribeirão Preto – UNAERP  
- Campus Ribeirão Preto

Av. Costábile Romano, 2.201 Ribeirão - Ribeirão Preto-SP CEP 14096-900

A IN REVISTA É INDEXADA NAS SEGUINTE BASES:

sumarios.org | Google Scholar

