

## EDITORIAL

*Para que olhar para trás, no momento em que  
é preciso arrombar as portas do impossível.  
O tempo e o espaço morreram ontem.  
Vivemos já no absoluto,  
pois criamos a eterna velocidade onipresente.*

### **Manifesto Futurista, Marinetti**

A comunicação hoje se depara inevitavelmente com a questão tecnológica. Novos padrões de comunicação de massa surgem com a introdução de uma gama variada de tecnologias de ponta, acompanhada por condições sociais e econômicas em processo de mudança. Para alguns autores, como Wilson Dizard Jr., o resultado é uma “mistura competitiva de mídia antiga e nova mídia, juntamente com uma agenda diferente para o papel dos recursos de informação e entretenimento em nossas vidas pessoais e profissionais”. Se, neste momento, a realidade nos desafia, se nos parece confusa e de difícil controle, é possível que tenhamos que reinventá-la. J. R. Barroso comenta em seus textos que Marcus & Fischer acreditavam que não são a crise do método ou as transformações sociais que nos impedem, muitas vezes, de abstrair a realidade, mas a nossa expectativa de que ela tenha um modelo inevitável. O entusiasmo com a globalização encontra os seus adversários ou oponentes. Se de um lado estão aqueles que a vêem como a Panacéia, do outro estão os que a consideram a Caixa de Pandora. Novas formas de enviar e receber conteúdos informativos, em tempo real, fazem com que a idéia da “aldeia global” pareça, cada vez mais, uma conquista assegurada.

Contudo, esse mundo reduzido a um único ponto, a uma “aldeia”, deve ir além do mero investimento tecnológico. As opções tecnológicas terão que ser traduzidas em realidades políticas e econômicas, o que nos leva a indagar sobre que tipo de benefícios essas alternativas trarão a uma sociedade pós-industrial mais complexa ou àquela que, supostamente, encontra-se em processo de industrialização. A inovação tecnológica deve pressupor, antes de tudo, não apenas a viabilidade da transmissão de informações em todo o orbe, mas deve, primeiramente, pressupor a busca por um amadurecimento político capaz de tornar os habitantes dessa tribo mundial verdadeiros cidadãos do mundo onde vivem. Percebe-se aqui,

---

claramente, o descompasso entre tecnologia e política, informação e conhecimento. As possibilidades que a técnica produz não podem ser traduzidas necessariamente como ganhos sociais. É possível desenvolver técnicas destruidoras, profundamente reacionárias, que em nada alteram as injustiças sociais com as quais convivemos.

A mensagem que fica, neste início de milênio, é justamente a necessidade de trabalhar para dotar a técnica, e com ela os novos meios de comunicação, de um significado social, político, reflexivo e crítico. É seguramente disto que precisamos: compreender a comunicação como intrinsecamente ligada aos problemas, necessidades e anseios das sociedades.

O estudo e a pesquisa na área de comunicação sempre foram o objetivo maior do periódico *Comunicação & Informação*. Entendemos que fomentar a pesquisa é partir à procura de novos saberes, é abrir espaço para o novo, para a descoberta de alternativas capazes de viabilizar outros caminhos, outras práticas e outros conhecimentos que contribuam para o processo de transformação da sociedade. Não basta produzir conhecimentos, é preciso socializá-los, torná-los de alguma forma úteis para todos.

Garantir esse comportamento reflexivo e crítico, onde a análise e o conhecimento sejam mais importantes que a mera possibilidade de acesso às informações, constitui-se na grande tarefa do comunicador e do profissional da informação em busca de uma verdadeira sociedade do conhecimento, porta aberta à cidadania, ao desenvolvimento democrático dos povos.

Nossa publicação, ao longo desses quatro anos, é o resultado dessa tentativa de compreender a comunicação como um esforço dialógico e reflexivo, fruto do exercício do pensamento. É a comunicação concebida na contramão do mero excesso de possibilidades de informação, da banalização da vida humana e da manipulação superficial e acrítica dos conteúdos informativos.

Acreditamos ser esta a tarefa maior da comunicação neste milênio que se inicia.

*Maria Auxiliadora Andrade de Echegaray*  
Diretora da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia  
e-mail: cizinha@zaz.com.br

---