

Introdução

A comunicação no cenário contemporâneo

As mudanças ocorridas nas últimas décadas nos modelos de comunicação criaram uma nova forma de estar no mundo que desafia professores, alunos e sistemas de ensino. Os níveis de acesso e o uso das tecnologias de informação mostram o grau de autonomia que um indivíduo ou um coletivo possui para obter informações, disseminar conteúdos, cumprir deveres e fazer valer seus direitos. Entre os maiores desafios das próximas décadas está alinhar os avanços técnicos com a boa transmissão dos conhecimentos universais, dos conhecimentos tradicionais, dos direitos humanos, da fraternidade e da preservação do meio ambiente.

Este trabalho trata de temas complexos, de ordem técnica e conceitual, de uma forma muito direta e acessível, assumindo os riscos que decorrem desta abordagem. Ao reunirmos um conteúdo tão vasto em um pequeno livro, evitando o modelo de manual esquemático e tutorial, queremos levar ao leitor conceitos básicos, apontar caminhos e dar dicas para futuros estudos e trabalhos. O objetivo é apresentar um novo modo de fazer comunicação, mostrando como é possível acompanhar as mudanças, produzindo e distribuindo conhecimento de forma acessível e inovadora.

Antes da popularização da internet, a troca de informação audiovisual em nossa sociedade se dava basicamente entre um grande agente (importantes emissoras privadas ou estatais, estúdios de cinema etc.) e o público em geral. Esses grandes agentes representam formas homogeneizadoras de pensamento que, massivamente distribuídas, visam estabelecer como modelo de sociedade o discurso liberal e consumista. Esse modelo se caracteriza por uma estratégia de distribuição da informação hierarquizada, que vai do grande agente para o público em geral. Nesse contexto, o espectador tem um universo bastante reduzido para questionar e ressignificar a informação recebida.

A marca do novo modelo aqui explorado é justamente sua horizontalidade. Ao invés de estabelecer a comunicação de forma hierarquizada, partimos de agentes diversificados que se dirigem a públicos específicos que se beneficiam das tecnologias digitais, instituindo uma comunicação em rede. Com pouca interferência dos grandes agentes, este novo formato está mudando o cenário da comunicação mundial.

Diversos movimentos sociais quebraram a barreira da invisibilidade utilizando *blogs* e redes sociais. Um dos exemplos mais atuais no nível internacional é a chamada “Primavera Árabe”, na qual manifestações populares contra governos autoritários, organizadas pela internet, derrubaram governos em diversos países do chamado mundo árabe. No Brasil, campanhas contra a Hidroelétrica de Belo Monte (PA), a demolição do antigo Museu do Índio (RJ), ou em apoio ao povo indígena Guarani-Kaiowá (MS) também mobilizaram milhões de internautas e tiveram grande repercussão.

É importante destacar que as grandes corporações continuam dominando os maiores fluxos que trafegam pela internet, mas a cada dia a produção vai sendo mais pulverizada. Com isso, indivíduos e pequenas organizações conquistam espaço e fazem valer suas ideias através de um modelo de comunicação menos restritivo e mais inclusivo.

O desafio de cada um

A cada dia os habitantes do nosso planeta vivem experiências audiovisuais decorrentes das novas tecnologias e práticas sociais que exigem um constante aprendizado. Hoje, por mais que você não queira ter um *e-mail*, participar de uma rede social ou ter um telefone celular que tira fotos ou tem acesso à internet, você se vê cercado pelas tecnologias digitais que permeiam boa parte das nossas vidas.

Com serviços melhores e custos menores, a informação, o lazer e os serviços estão cada vez mais apoiados na internet e nas experiências audiovisuais. Economizar recursos de pessoas, instituições e países é um desafio da sociedade para construir um futuro mais racional, com menos consumo, resíduos e destruição do meio ambiente. Essa mudança de atitude permite uma vida mais completa em termos ambientais, filosóficos e práticos.

Os hábitos estão mudando rapidamente. Desde a chegada da *web*, a circulação de informações e serviços ganhou configurações diferentes e os grandes impactos desta revolução da informação estão apenas começando a aparecer. Segundo diversos institutos de pesquisa, boa parte dos brasileiros já passa mais tempo na internet do que diante da televisão.

Este livro apresenta algumas experiências e ações voltadas para os jovens e profissionais indígenas, trazendo as novas tecnologias de comunicação para o dia a dia da vida dos povos indígenas, considerando sua diversidade, os desafios da economia e do meio ambiente. A apropriação das novas ferramentas técnicas que servem a toda a humanidade é fundamental para promover uma interação

positiva dos jovens indígenas, seja entre eles, seja em sua atuação nas várias esferas sociais locais, nacionais e globais.

Experiências audiovisuais

Este livro fala de produção e divulgação de informação. Estes temas normalmente são apresentados nos formatos de áudio, vídeo ou texto, seguindo princípios técnicos que podem vir da literatura, da pintura ou da física, em combinação com os avanços dos meios técnicos de produção, disponíveis para a maior parte da população. Não pretendemos convencer ninguém a adotar a modernidade, e sim ajudar quem tem vontade de realizar determinadas tarefas ou trabalhos a executá-los com mais eficiência e autonomia. Nada do que é apresentado aqui requer aparato tecnológico complicado. Pelo contrário, buscamos soluções simples e de baixo custo, acessíveis nos equipamentos usualmente encontrados.

Nos dias de hoje todos somos internautas potenciais, mas a distribuição de poder entre nós acompanha o mesmo padrão desigual da maior parte das sociedades humanas. Estamos nos aproximando então do que é o objetivo deste trabalho: ajudar o leitor a conhecer, estudar, refletir, divulgar e trocar experiências com mais facilidade e menor dependência de agentes privados ou públicos, e com menores custos. Nossa proposta é bastante simples, focalizando questões importantes que permeiam esse novo universo no qual estamos adentrando. Para isso, vamos começar pelo final do processo: o receptor da informação, o internauta, o leitor conectado à rede mundial de computadores (www).