

## NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO: A NOVA NOOSFERA É A TELEVISÃO DIGITAL?

Kelly Cristina R. Ferreira<sup>1</sup>

### INTRODUÇÃO

Esse artigo tem como tema central a noosfera, onde se encontram as ideias e os pensamentos. Começo o estudo buscando o contexto da sociedade atual, ou denominada sociedade da informação, ou seja a sociedade onde o maior bem adquirido pelas pessoas seria a informação.

Na segunda parte, abordo a importância da televisão para essa sociedade da informação, sendo considerado o meio de comunicação de maior importância do ponto de vista de penetração, quase todas as casas possuem um aparelho de televisão, que tem o poder de mostrar uma diversidade de informações.

Em seguida chego ao assunto foco do artigo, a noosfera, começo falando de vários conceitos em seguida chego a uma abordagem de uma noosfera midiaticizada pensando nas mídias e finalizo sobre como a televisão poderia ser vista como geradora de uma nova noosfera.

### 1 CONTEXTO

#### 1.1 A sociedade da Informação

É muito comum ouvir falar que vivemos numa sociedade da informação. São diversos os autores que abordam este conceito de uma nova sociedade, também são utilizados enfoques diferentes. O primeiro a falar nessa ideia foi o economista Fritz Machlup, e o Manuel Castells que denominou a sociedade da informação como sociedade em rede. Neste trabalho serão expostos alguns conceitos para contextualizar o momento sócio cultural onde a televisão assume um papel principal para divulgar as informações para essa sociedade.

Mas, o que é Sociedade da Informação?

Refere-se a uma sociedade, na qual a atividade econômica e social predominante é a troca de informações. Segundo Dicionário de Sociologia (JOHNSON, 1997, p. 214), o termo designa um sistema social no qual a produção de bens e serviços depende, em grau elevado, da coleta, processamento e transmissão da informação, possível graças ao surgimento de computadores de alta velocidade.

A passagem da sociedade industrial para a sociedade da informação foi marcada pelo desenvolvimento das novas tecnologias da informação, essas foram criadas para melhorar a maneira como o homem se comunicava, então surgiram como ferramentas que facilitavam a comunicação do homem.

Tal sociedade começou a ser visualizada a partir dos meados da década de 1950, quando o número de engenheiros e administradores, que trabalhavam com a informação,

---

<sup>1</sup> Kelly Ferreira é publicitária e especialista em Comunicação com o Mercado, pela ESPM. Atualmente, ministra aulas nos cursos de Comunicação, das Faculdades Projeção. No momento, realiza pesquisa sobre TV Digital. E-mail: [kellycrf@gmail.com](mailto:kellycrf@gmail.com)

ultrapassou o número de operários que trabalhavam na produção. Foi quando houve uma requalificação do trabalho, dirigido mais à robótica. O recurso fundamental não era mais a energia, agora a matéria prima seria a informação.

As novas tecnologias também conhecida como TICs não transformam a sociedade apenas por estarem disponíveis, a transformação vem pela necessidade gerada nas pessoas de possuí-las. Essas TICs são utilizadas para receber as informações, que se tornou um bem de grande valor nesta nova sociedade, com isso provoca a mudança da relação do homem com os meios de comunicação de massa.

Segundo Lévy (1999), novas maneiras de pensar e de conviver estão sendo elaboradas no mundo das telecomunicações e da informática. As relações entre os homens, o trabalho, a própria inteligência dependem, na verdade, da metamorfose incessante de dispositivos informacionais de todos os tipos. Escrita, leitura, visão, audição, criação e aprendizagem são capturadas por uma informática cada vez mais avançada.

A Sociedade da Informação é um conceito utilizado para descrever uma sociedade que faz o melhor uso possível das Tecnologias de Informação e Comunicação no sentido de lidar com a informação, e que toma esta como elemento central de toda atividade humana. Numa Sociedade da Informação, as pessoas aproveitam as vantagens das tecnologias em todos os aspectos das suas vidas: no trabalho, em casa e no lazer.

Visualizar essas tecnologias vai além de pensar na utilização dos caixas eletrônicos para retirada de dinheiro e outras operações bancárias. E preciso refletir sobre o poder que traz as pessoas, quando, por exemplo, com a internet se pode ir a qualquer lugar do mundo sem sair do escritório. A tecnologia potencializa a relação entre as pessoas e o mundo.

O autor Luís Manuel Borges Gouveia (2004) afirma:

A Sociedade da informação está baseada nas tecnologias de informação e comunicação que envolvem a aquisição, o armazenamento, o processamento e a distribuição da informação por meios eletrônicos, como a rádio, a televisão, telefone e computadores, entre outros. Estas tecnologias não transformam a sociedade por si só, mas são utilizadas pelas pessoas em seus contextos sociais, econômicos e políticos, criando uma nova comunidade local e global: a Sociedade da Informação.

O conceito de Gouveia mostra que a relação das pessoas com os meios de comunicação é o que desencadeou a formação da sociedade da informação, no caso deste artigo, o foco central é a televisão, que também é citada como uma nova tecnologia que transformou e criou uma nova sociedade.

## 2 A IMPORTÂNCIA DA TELEVISÃO NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

O aparecimento da televisão foi um marco decisivo na história dos meios de comunicação de massa. Desde então, e até os dias de hoje, continua a cativar as pessoas e indiscutivelmente tem uma grande importância entre as mídias.

Para que serve a televisão?

Serve para congregar indivíduos e públicos que tudo o mais separa oferecendo-lhes a possibilidade de participar individualmente numa atividade coletiva. (WOLTON, 2000, p. 63)

Esse aparelho apelidado de “janela aberta para mundo” é cada vez mais vendido e utilizado pela sociedade, assumindo papel de intervenção e representação social do ponto de

vista local, regional e planetária. A televisão é um meio de comunicação que tem referência na organização da vida familiar, e culturalmente, como elemento de identificação individual e coletiva.

No Brasil esse meio de comunicação ocupa lugar de destaque na sociedade, quase pode ser considerada uma integrante da família, ocupando lugar de destaque na sala, com todos os lugares estão voltados em sua direção, além de que está presente em quase todos os lares brasileiros. A televisão no Brasil é o meio de comunicação mais penetrante na sociedade, sendo utilizada pela maioria da população. Segundo dados do IBGE<sup>2</sup>, a população brasileira é de 190,7 milhões de habitantes, sendo que 98% dos lares urbanos e 96% dos lares rurais possuem pelo menos um aparelho de TV.

A Televisão tem o papel de entretenimento, porém junto com essa diversão traz funções de informar e formar os indivíduos que ficam grande parte do tempo que estão em suas casas assistindo a televisão aberta. O poder deste meio de comunicação de massa de formar opinião pública é maior ainda, considerando que para muitos brasileiros alfabetizados, muitas vezes a TV é a única fonte de entretenimento e informação.

O público de televisão é aberto ao processo de comunicação das informações. Isso é consequência da aceitação desse meio de comunicação na sociedade da informação, observassem que as grandes mudanças estão ligadas também às comunicações eletrônicas. Os fatos chegam com rapidez, os assuntos são mais diversificados e abrangentes, tornando o mundo que era distante mais conhecido

### 3 NOOSFERA

#### 3.1 Conceitos

Para Boff (1998; p 119) “Noosfera como a palavra diz expressa a convergência das mentes e corações originando uma unidade mais alta e mais complexa”. A etimologia palavra que vem do grego *noos* = mente (alma, espírito, pensamento, consciência) e *sphera* (corpo limitado por uma superfície redonda).

O conceito de noosfera foi elaborado no início do século passado pelo francês Pierre Teilhard de Chardin<sup>3</sup>. Crente da possibilidade e da vocação comum de ação compartilhada em benefício de uma nova Humanidade, o pensador cunhou um conceito que evoca o compartilhamento de ideias e pensamentos como oportunidade de se alcançar um mundo melhor.

A noosfera não é apenas o meio condutor/ mensageiro do conhecimento humano. Produz, também, o efeito de um nevoeiro, de tela entre o mundo cultural, que avança cercado de nuvens, e o mundo da vida. Assim, reencontramos um paradoxo maior já enfrentado: o que nos faz comunicar é, ao mesmo tempo, o que nos impede de comunicar” (MORIN, 2001, p.141).

<sup>2</sup> De acordo com senso de 2010

<sup>3</sup> Pierre Teilhard de Chardin (1881-1955) foi um paleontólogo jesuíta. [1] Ele combinou seu estudo científico do registro fóssil com sua fé cristã para produzir uma teoria geral da evolução.

Edgar Morin em sua obra *O Método* referente ao que denomina “noosfera”, o reino dos próprios espíritos, ou simplesmente “sistemas organizados de pensamento”, destacando o que se entende por razão aberta e fechada. E, dessa forma, poder ilustrar alguns postulados, axiomas e paradigmas do mundo Ocidental, que segundo o autor “possuem vida própria” e são ordenadores do conhecimento e da cultura humanas.

Sendo assim, como existe a atmosfera, a geosfera e biosfera, existe também o mundo ou esfera das ideias, formado por produtos culturais, pelo espírito, linguagens, teorias e conhecimentos. Seguindo esta linha de pensamento, alimentamos a noosfera quando pensamos e nos comunicamos.

### 3.2 Noosfera Midiatizada

O conceito que adotei de noosfera midiaticizada é do autor Martinuzzo que trabalha com a reflexão acerca da contemporaneidade amplia-se para além daquele original. Sustentado por Castells (2003) que reporta uma noosfera como “ambiente de informação global, que inclui o ciberespaço e todos os outros sistemas de informação - a mídia, por exemplo” (p. 132).

A nova noosfera oferece alguns desafios aos novos membros da sociedade da informação. O primeiro deles é conectar-se a esse ambiente midiático, composto pelas mídias tradicionais e pelas digitais. Há que se aprender a sua linguagem própria, que é codificada e decodificada em tempo real. A maneira como as ideias são construídas também muda, ou seja, a noosfera é construída de maneira diferente, talvez não seja absurdo afirmar que é formada de uma maneira mais digitalizada.

A mudança no sistema de comunicação causado pelas novas tecnologias digitais, que sofreu mudanças na forma de produção e a emissão de conteúdos. De acordo com Sodré (2002), as tecnologias digitais de comunicação viabilizam a instituição de um ethos (costume, hábito, regra, espaço de realização da ação humana) midiaticizado na contemporaneidade. A sociedade atual “rege-se pela midiaticização, pela tendência à ‘virtualização’ ou telerrealização das relações humanas” (p. 21), conclui.

O processo histórico está mudando dramaticamente diante de nossos olhos. A nova noosfera está muito mais próxima da humanidade, graças à penetração que as novas mídias têm na sociedade da informação. O mundo das ideias está tão próximo quanto o tocar de um botão liga e desliga da televisão.

### 3.3 A televisão como Noosfera

Estamos mergulhados naquilo que Castells (2001) denominou de “cultura da virtualidade real”. Cultura causada por um sistema de comunicação “em que a própria realidade (a experiência simbólica/material das pessoas) é inteiramente captada, totalmente imersa em uma composição de imagens virtuais no mundo do faz-de-conta, no qual as aparências não apenas se encontram na tela comunicadora da experiência, mas se transformam na experiência” (p. 395).

E nesta realidade o meio de comunicação Televisão é uma grande referência de mundo das ideias, pensando em quem faz, os produtores da televisão, que geram ideias e disponibilizam neste novo formato de noosfera. Boff afirma:

No momento em que bilhões de pessoas estão assistindo o jogo final da Copa, realizam-se trilhões de conexões neuronais nos cérebros das pessoas, unificadas ao redor do movimento de uma bola. Essa sintonia gera uma onda energética de extraordinária potência que modifica o estado da Terra e da humanidade.

Refletindo com o autor que a noosfera constitui exatamente este fenômeno, no qual corpo, mente e espírito formam uma síntese superior. A noosfera da televisão só aconteceria quando gera paixão no que está sendo transmitido, a exemplo a final da copa do mundo onde tem um sentimento de patriotismo envolvido. No seu texto ele conclui que “As mentes e os corações necessitam se unir numa grande paixão e num incomensurável amor pela humanidade e pela Terra criando como que um cérebro de cérebros.”

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na sociedade da informação, em que vivemos, é nítida a importância que os meios de comunicação de massa assumem. A televisão, por ser um meio de grande penetração no Brasil, é indiscutivelmente formadora de opinião. O mundo da televisão pode ser visto como o mundo das ideias onde o produtor pensa e depois distribui para toda a sociedade.

A facilidade que temos de ligar a televisão também é uma questão importante, podemos acessar as ideias a qualquer momento do dia, e assim ficar sabendo o que estão pensando a quilômetros de distância como se essa camada das ideias estivesse sempre ao nosso alcance.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOFF, Leonardo. - Copa do mundo e noosfera- ALAI – Agencia Latinoamericana de Información - <http://alainet.org/active/12178&lang=es>

\_\_\_\_\_. **O despertar da águia**: o dia-bólico e o sim-bólico na construção da realidade. Petrópolis RJ: Vozes, 1998.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

ENCICLOPÉDIA INTERCOM DE COMUNICAÇÃO. – São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. Volume 1.

GOUVEIA, Luís e Gaio, Sofia (orgs) (2004). **Sociedade da Informação**: balanço e implicações. Junho de 2004. Edições Universidade Fernando Pessoa.

JOHNSON, Allan. **Dicionário de Sociologia**: guia prático da linguagem sociológica. Rio de Janeiro: Zahar, 1997 [1995].

LÈVY, Piere. **Cibercultura**. São Paulo: Ed 34, 1999.

\_\_\_\_\_. **As Tecnologias da Inteligência**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

MORIN, Edgar. **O método 4**: as ideias: Habitat, vida, costumes, organização. 4. ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.

MARTINUZZO, J. A. 2005. **Noopolitik**: O Concreto e o Virtual na Noosfera Midiatizada, Revista TEXTOS da CiberSociedad, 8. Disponível em <http://www.cibersociedad.net>(Acessado em 22/11/2011)

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho**. Petrópolis: Vozes, 2002.