

**I SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE CIÊNCIAS INTEGRADAS DA UNAERP**  
**CAMPUS GUARUJÁ**

**INDÚSTRIA MIDIÁTICA**  
**Perfil profissional na era digital**

Rubens de Souza

COORDENADOR DO CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA DA UNAERP  
CAMPUS GUARUJÁ

prof.rubens@uol.com.br

## RESUMO

A proposta é discutir as questões que envolvem o uso das tecnologias recentes para a indústria midiática. O suporte digital e a Internet apresentam novos elementos que interferem neste processo e as relações que estabelecem entre si. Foram analisados os procedimentos profissionais voltados às áreas de sua atuação. Neste contexto, verificou-se a necessidade de melhor explicitação das principais etapas de execução dos conteúdos elaborados por profissionais ligados à área. A partir da revisão de literatura e dos dados coletados, foram elaboradas algumas categorias que apresentam e discutem certos elementos levantados como integrantes deste trabalho, ainda que não possam ser categorias fixas e estáticas, uma vez que tais elementos apresentam constantes alterações. Com a pesquisa buscou-se determinar e discutir fatores intervenientes, como as tecnologias, a forma de elaborar e criar elementos verbais e não-verbais. Assim, delinear-se caminhos para suas possíveis soluções e temas para futuras reflexões e discussões, visando à melhoria do processo de formação para essa área profissional.

### **Palavras-chave:**

Comunicação. Criação. Tecnologias.

**ABSTRACT**

*The purpose of this survey is to discuss the use of recent technologies for media industry. Digital support and Internet provide new elements that interfere in the mentioned process as well as the connections among them. Professional procedures were analyzed in the specific area. In this context, a need for better clarification of the main steps done by designers was figured out. From literature review and data collection, some categories were elaborated that present and discuss some pointed out elements in this paper. Even though those categories can't be fixed or static as the elements are in constant change. Intervenient factors were determined and discussed through the research, as technologies, how to elaborate and create verbal and non-verbal elements. So, possible solutions were suggested as well as future reflection and discussions so that improvement can be done in this professional area.*

**Key words:**

*communication, creation, technologies.*

## **Indústria midiática: perfil profissional na era digital**

A conjuntura delimita as mudanças de uma sociedade caracterizada pela informatização e seus aparatos capazes de produzir, armazenar e difundir mensagens culturais, que por sua vez amplia o fluxo de informações a partir da apropriação das recentes tecnologias que agregam os meios eletrônicos, diferentes dispositivos informatizados e interligados pela Internet.

Assim, muitas áreas profissionais modificam suas atividades laborais por atualizarem-se neste complexo modelo midiático, ou seja, as redes de informática que democratizam os inúmeros conteúdos lançados pela Internet e que alteram o cognitivo da sociedade que os acessam.

Com o objetivo de discutir tais fenômenos, analisou-se a indústria midiática (organizações manufatureiras de cultura: jornal, livro, revista, rádio, televisão, cinema, vídeo, CD's e congêneres) e as influências decorridas dessa sistêmica.

A aplicação de recursos tecnológicos para essas atividades deve levar em conta um conjunto de elementos intervenientes neste processo e as relações que mantêm entre si.

Inicialmente, verifica-se a insuficiência, quando este profissional apenas demonstra o vasto conhecimento da tecnologia de ponta, uma vez que outras relações vão interferir na atividade produtiva e principalmente, em suas criações.

Pode-se notar que estes elementos intervenientes no processo de inserção da informática, com seu aparato tecnológico, especialmente da Internet, são muitos e se intercomunicam. Ou seja, os protagonistas desta área profissional, responsáveis pelos conteúdos elaborados não lidam apenas com as atividades técnicas e criativas

relacionadas com o produto de imagens, mas com a análise, a organização e os métodos de apresentação de soluções visuais para problemas de comunicação<sup>1</sup>.

Assim, deve-se observar o percurso da tipografia até os atuais sistemas de impressão, do surgimento das imagens estáticas ou em movimento e sua evolução com as tecnologias. Essa trajetória diferencia-se com o advento do suporte digital a partir de uma nova relação profissional, em que as regras são evidentes nas questões técnicas que os permeiam.

A inserção do computador e de todas as tecnologias advinda desse evento contribui para as diferentes áreas profissionais dessa área. Rotinas são alteradas e adaptam-se a um fluxograma operacional permeado também pelo suporte digital. As empresas ligadas ao ramo da comunicação enxugaram seus departamentos, seus profissionais aderiram a esta nova realidade e os fluxos midiáticos se ampliaram.

O conhecimento tecnológico capacitou esse profissional a desenvolver seus trabalhos, no entanto, muitos deles necessitam de aprofundamento nos conhecimentos eruditos e populares. Não se recomenda a redução da utilização das tecnologias no processo da aprendizagem profissional das diferentes modalidades de cursos superiores e sim gerar aprofundamentos nas reflexões que os permeiam e propiciam novos experimentos por meio das mesmas tecnologias.

Para isso, precisam de orientação e apoio adequados, uma vez que a maioria das instituições de ensino propicia maior ênfase no conhecimento técnico e visa atender as demandas que o mercado de trabalho oferece. As disciplinas ligadas às ciências sociais tornam-se oportunas por serem capazes de gerar insumos para novas reflexões, experimentos, diferentes tipos de pesquisas e atualização para este segmento profissional.

---

<sup>1</sup> As considerações nos levam a explicitar dois pontos importantes: um relativo à área profissional e outro à sua formação. Para tanto, é imprescindível a sintonia das partes não somente do ponto de vista técnico. [www.desenvolvimento.gov.br](http://www.desenvolvimento.gov.br) Disponível em: < <http://www.design.desenvolvimento.gov.br/index.htm>>. Acesso em: 12/9/2004.

Nota-se a urgente necessidade da ampliação do diálogo entre a universidade, as indústrias e os serviços midiáticos, a sociedade local e as corporações profissionais. O legitimador Conselho Estadual de Educação recomenda para os cursos superiores dessa área profissional, os projetos de conclusão de curso. Contudo, tais projetos (os projetos experimentais, monografias, artigos científicos e os estágios supervisionados), conferem grandes oportunidades para os recém formados ingressarem no mercado de trabalho. Paralelamente, podem ser também um espaço comum das disciplinas de filosofia, de sociologia, de análise cultural e outras. Para tanto, seria necessária análise técnica e pedagógica capaz de sistematizar e dinamizar as diretrizes curriculares por meio de levantamentos de dados suficientes para tal objetivo. Atualmente, o trabalho de conclusão de curso (TCC), ainda apresenta pontos de dúvida em muitas instituições de ensino.<sup>2</sup>

Constata-se ainda que a formação desses profissionais pressupõe três dimensões básicas:

1. Os processos midiáticos que configuram as técnicas de produção e difusão dos conteúdos elaborados por esses profissionais. Sua rotina profissional, linguagem técnica, preceitos legais e éticos, planejamento e gestão, bem como critérios estéticos.
2. Divulgação dos projetos elaborados na finalização dos cursos, para as organizações nacionais e multinacionais, de diferentes portes e setores, organizações governamentais e não-governamentais com o objetivo de se criar maior condição de gerar empregos.

---

<sup>2</sup> Cf. FREITAS, Sidinéia G., p. 21 - 28.

3. Os conteúdos culturais que justificam as mensagens elaboradas, as simbologias, uma visão geral da sociedade, sua história, economia, política, cultura e relações.

Além disso, verifica-se a necessidade de estabelecer uma precisa relação com os objetivos dos cursos de formação profissional dessa área. Para tanto, as estratégias pedagógicas, profissionais e comunidade acadêmica devem pensar nas melhores formas de sobrepor os conteúdos mínimos necessários do futuro profissional a favor de sua formação, tanto para os cursos regulares, como para os de curta duração (tecnólogos), com um mínimo de reflexão para as áreas das ciências humanas. Ou seja, maior ênfase entre processos tecnológicos, conteúdos administrados nas instituições de ensino e programas que possam suprir demandas regionais nesta área profissional. Assim, projetos experimentais poderão ser desenvolvidos por alunos, simulando a realidade da comunicação no mercado de trabalho em que se encerem, além de oferecerem uma visão integral dessa dinâmica.

Esta é uma importante medida que prevê a vivência prática de seus profissionais, porém sempre contextualizada pelas ciências da comunicação social.

É de fundamental importância que as universidades tenham sensibilidade para as novas modalidades de atuação profissional, como produção editorial, as diferentes modalidades da *web* e a inserção de conteúdos animados e sonoros, jogos interativos, conteúdos para telefonia celular e outros.

Verifica-se nos últimos anos a abertura de várias instituições de ensino em regiões de grande concentração de faculdades, mas que oferecem os mesmos cursos profissionalizantes. A produção editorial, por exemplo, poderia ser uma nova opção de curso profissionalizante, como são os recentes cursos de fotografia, moda, etc.

Em alguns casos percebem-se em muitas faculdades de comunicação social a aglutinação dos cursos de publicidade e propaganda, *marketing*, relações públicas, jornalismo, *design* e outros.

Na realidade, cabe redefinir os diferentes cursos agregados na faculdade de comunicação social, numa espécie de “megacurso” funcionando por módulos divididos basicamente entre as disciplinas técnicas e as de tronco comum. Naturalmente que muitas disciplinas oferecidas a um determinado curso acabam sendo potencializadas para outros, distanciando-se das especificidades requeridas pelas áreas profissionais.

A renovação curricular pode ser um importante mecanismo para atender às novas demandas que surgem na “sociedade da informática”, com o crescente aumento da utilização das tecnologias permeadas pelo suporte digital.

De outra forma, entende-se que o suporte digital alterou a maneira de elaborar e criar suas peças comunicacionais. Onde, por exemplo, se faziam cálculos diagramáticos para editar textos, a partir de escalas de medidas próprias em técnicas de *paste-up*, atualmente foram substituídos pela editoração de textos que facilitam a organização com resultados imediatos. Estes benefícios propiciam melhor aproveitamento do tempo, dinamizando o fluxo operacional de suas atividades.

Constata-se que tais facilidades se dão a partir dos diferentes *softwares* existentes no mercado, que auxiliam os criadores não somente na diagramação, mas também na elaboração de ilustrações em duas ou três dimensões, e nos conteúdos animados ou estáticos criados para as diferentes mídias e suportes.

Assim, verifica-se que na maneira como o indivíduo concebe a idéia para a elaboração de suas propostas, a criatividade, não se altera em sua forma essencial de ser, pois é um processo mental. Suas mudanças ocorrem na forma de se transferir à idéia. Por exemplo, as criações de um *designer* gráfico surgiam no papel, numa etapa de elaboração denominada *rough*, a partir daí havia um percurso até se chegar ao original de impressão. Agora a maioria desses profissionais já desenvolve suas

criações diretamente na tela do computador, utilizando-se também do aparato tecnológico de entrada e saída de dados para o computador.

Contudo, a metodologia adotada para a solicitação de serviços ainda permanece inalterada, e através do *briefing* as criações são elaboradas. A Internet é mais um campo de atuação para os profissionais da comunicação, ao mesmo tempo em que é igualmente uma fonte de pesquisa.

Cabe à comunidade acadêmica enfatizar reflexões sobre o universo cognitivo dos profissionais da área da comunicação, que sejam capazes de indicar novos caminhos a partir do levantamento e discussões de alguns elementos que possam interferir neste processo objetivando à melhoria profissional para as novas demandas do mercado de trabalho.

É certo que muitas outras discussões merecem aprofundamentos e muitos outros elementos referentes a este trabalho de pesquisa ainda poderão ser levantados.

## FONTE

Dicionário de termos técnicos de informática. Disponível em:  
<<http://dicionariodeinformatica.com.br/p.html>>. Acesso em: 29/04/2004.

Instituto nacional de estudos e pesquisas educacionais. Disponível em:  
<<http://www.inep.gov.br/default.asp>>. Acesso em: 03/9/2004.

Instituto Paulista de Ensino e Pesquisa. Disponível em: [www.ipep.br](http://www.ipep.br) .  
<[http://www.fundanet.br/tecnologos/curso\\_web.asp](http://www.fundanet.br/tecnologos/curso_web.asp)>. Acesso em: 04/9/2004.

LUCENA, Pablo. Entrevista elaborada através da Internet. Universo *On Line*.  
Disponível em: <[pablolucena@uol.com.br](mailto:pablolucena@uol.com.br)> e  
<<http://www.papayadesign.com.br>>. Acesso em: 22 set. 2003.

Ministério da educação e Cultura. [www.educacao.gov.br](http://www.educacao.gov.br) . Disponível em:  
<<http://www.educacao.gov.br/cne/pdf/CES0436.pdf>>. Acesso em: 03/9/2004.

Universidade de Ribeirão Preto. [www.unaerp.br](http://www.unaerp.br) . Disponível em <  
<http://www.unaerp.br/comicacao/curso/ppm/>> . Acesso em: 12/9/2004.

Universidade de São Paulo. [www.usp.br](http://www.usp.br). Disponível em: <  
<http://www.eca.usp.br/departam/cje/cursos/grad/frbached.html>>. Acesso em:  
12/9/2004.

Universidade de Taubaté. [www.unitau.br](http://www.unitau.br) . Disponível em: <  
<http://www.unitau.br/prgh.html> >. Acesso em: 12/9/2004.

ERBOLATO, L. Mário. **Dicionário de propaganda e jornalismo**. 2ª ed. São Paulo: Papyrus, 1986.

GENARRI, Maria Cristina. **Minidicionário de informática**. 3ª. ed. São Paulo: Saraiva, 1999.

## **BIBLIOGRAFIA**

ARBEX, José. **O poder da TV**. São Paulo: Scipione, 1995.

BARBOSA, Ana Mãe Tavares Bastos, (org.) Elvira Vermashi. **O ensino das artes nas universidades**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1993.

BARBOSA, Ana Mae. **A imagem no ensino da arte**. 2ª ed. São Paulo: Perspectiva, 1996.

BELTRÃO, Luiz & Newton de Oliveira Q. **Subsídios para uma teoria da comunicação de massa**. São Paulo: Summus, 1986.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 4ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CÉBRIAN, Juan Luis. Tradução de Lauro Machado Coelho **A rede**. São Paulo: Summus, 1999.

COLLARO, Antonio Celso. **Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação**. 4ª. ed. São Paulo: Summus, 2000.

DE FLEUR, Melvin & BALL-ROKEACH, Sandra. Theories of Mass Communication. 1989. Edição brasileira: **Teorias da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

DOMINGUES, Diana (org.). **A arte no século XXI: a humanização das tecnologias**. São Paulo: UNESP, 1997.

FREITAS, Sidinéia & Fábio França. **Manual da qualidade em projetos de comunicação**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

FUSARI, Maria. Felisminda de Rezende & FERRAZ, Maria Heloísa C. T. **Arte na educação escolar**. São Paulo: Cortez, 1993.

GAMBA, Nilton Gonçalves Júnior. **Computação gráfica para designers: dialogando com as caixinhas de diálogo**. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

GIACOMMANTONIO, Marcello & Danilo Q. Morales. Tradução de Riccarda Ungar. **O ensino a través dos audiovisuais**. São Paulo: Summus, 1981.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Universidade e comunicação na edificação da sociedade**. São Paulo: Loyola, 1992.

LA TAILLE, Yves de. **Teorias psicogenéticas em discussão**. São Paulo: Summus, 1992.

MAXWELL, Fry. Tradução de Thereza Martins P.. **A arte na era da máquina**. São Paulo: Perspectiva, 1980.

MELO, José Marques de. **História do pensamento comunicacional: cenários e personagens**. São Paulo: Paulus, 2003.

MORAES, Denis (org.). **Globalização, mídia e cultura contemporânea**. Campo Grande: Letra Livre, 1997.

MUNARI, Bruno. **A arte como ofício**. 4ª ed. Lisboa: Presença, 1993.

OSTROWER, Fayga. **Criatividade e processo de criação**. 6ª ed. Petrópolis, Vozes, 1987.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.

SILVIA, Tânia Mara Tavares da. **Ensino superior noturno: sonhos e desencantos**. São Paulo: Salesiana, 2000.

VELLOSO, Jacques, (org.). **O ensino superior e o Mercosul**. Rio de Janeiro: Garamond, 1998.

VILLAS-BOAS, André. **O que é e o que nunca foi *design* gráfico**. 3ª ed. Rio de Janeiro: 2AB Editora, 2000.