

comunicação, jornalismo e
espaço público na era digital

ESTUDOS DO SÉCULO

XX

número 15 • 2015

Nota de Apresentação

Carlos Camponez
Francisco Pinheiro
Rita Basílio de Simões

A História dará, ou não, razão às palavras de Quinn e Lamble (2008) quando consideraram a Internet o maior desenvolvimento humano desde a invenção dos caracteres móveis de Gutenberg, em meados do século XV. Marcado pela digitalização dos fluxos comunicativos, este é, com efeito, um tempo de transformações profundas no campo da comunicação e dos *media*, com implicações de monta nas diversas esferas e âmbitos societários. Se, por um lado, se repensam as propostas de compreensão dos processos comunicacionais e se reveem conceitos e outras ferramentas metodológicas para estudar os meios de comunicação e o espaço público, por outro, atualizam-se as análises das linguagens sobre o lugar e o papel dos *media* e do jornalismo nas sociedades híper complexas de hoje.

Ao elegermos como tema desta edição as questões da comunicação, do jornalismo e do espaço público na era digital, começámos por privilegiar a área temática de análise do mais recente grupo de investigação do Centro de Estudos Interdisciplinares do Século XX e, em especial, as transformações operadas nos processos comunicacionais. Considerámos, pois, premente lançar um olhar sobre as consequências dos novos processos de comunicação no domínio das teorias da comunicação, por um lado, e nas formas de estruturação da opinião pública e do espaço público, por outro, assim como em dois âmbitos socioprofissionais particulares: o do jornalismo e o da comunicação organizacional.

Os textos que reunimos nesta edição mostram bem a complexidade dos desafios da digitalização e das redes sociais nas sociedades contemporâneas. Uma das principais consequências é visível na reconfiguração dos próprios *media*. Com efeito, a digitalização veio não apenas permitir como também estimular a convergência entre meios originalmente independentes e, em certa medida, rivais, a partir da junção da informática com as telecomunicações e as organizações mediáticas. É este processo de desmaterialização que implica a necessidade de se repensar o próprio lugar dos suportes de comunicação, questionando o aforismo que tornou célebre os contributos de Marshall McLuhan: o *medium* é a mensagem. Para McLuhan, os *media* tinham a capacidade de determinar a própria natureza das mensagens, impondo-lhes, de algum modo, a sua linguagem específica. Os acesos debates que esta questão espoletou no quadro da teoria da comunicação parecem desvanecer-se com a digitalização, uma vez que a pluralidade e a diversidade dos *media*, e a facilidade dos seus usos secundarizou a importância do suporte face aos conteúdos. Identificada e trabalhada por Manuel Castells, esta é a problemática que Carlos Camponez traz à discussão ao refletir sobre os impactes destas alterações na natureza dos pactos comunicacionais pressupostos entre os *media* e os seus públicos, em particular no quadro do denominado *jornalismo de proximidade*, especialmente atento à relação entre comunicação e lugar.

Quer do ponto de vista da comunicação, quer do ponto de vista das formas de perceber o espaço, as tecnologias deixaram marcas profundas. Centrando-se em particular no jornalismo, João Figueira refere que as mudanças registadas nos últimos anos implicaram uma tripla erosão, em resultado de quatro fatores principais: o jornalismo já não domina inteiramente os fluxos de comunicação, ao ponto de ser cada vez menos tido em conta nas principais decisões ao nível da gestão; as redações estão a reduzir ao máximo os seus recursos, deixando que outros profissionais da comunicação influenciem a informação e determinem as agendas noticiosas; as formas e estruturas

narrativas próprias do jornalismo foram apropriadas por outras áreas de comunicação; e o modelo de negócio está desajustado. Nesse sentido, os desafios que se colocam ao jornalismo passam em grande medida pela procura de respostas para o problema da fragmentação do espaço público, pelo repensar de um novo pacto comunicacional que estruture o modelo de responsabilidade entre os *media* e os seus públicos e, por fim, pela reinvenção de novos modelos de negócio.

Também no domínio do espaço, as tecnologias criam novas tessituras, novas crises e novas reconfigurações do território, certamente, mas também identitárias. André Lemos e Rodrigo Firmino sublinham como as relações com o espaço são crescentemente mediadas pelas tecnologias, criando novas experiências humanas e, conseqüentemente, novos conceitos e formas de entender e organizar a espacialidade tais como territorializações, lugarizações, locais; localizações... que apelam à (re) politização dos lugares e das tecnologias, de modo a perceber as alterações em curso.

Essa politização estará já em curso no próprio âmbito social. O conceito de espaço público, que teve uma ampla teorização no campo da política e da comunicação, não pode ser totalmente compreendido sem uma articulação com a circulação de mensagens, opiniões e de ideias que se fazem nas redes sociais – esse espaço reticular que se projecta numa dimensão *global*. A investigação de Giuseppa Spenillo, acerca das mobilizações nas redes sociais, evidencia esse potencial transterritorial da era digital. No entanto, questiona um aspeto central que ocupa em grande medida o pensamento contemporâneo sobre as novas tecnologias: qual o poder emancipatório dessas redes? A conclusão que retira não é estranha para os que, posicionando-se num lugar diferente de McLuhan, sempre consideraram que os *media* são mais do que a mensagem; é também, e acima de tudo, o resultado de uma história complexa construída pelo ser humano, razão que explica a ambivalência com que essas redes são olhadas pelos indivíduos, pela sociedade em geral e também pelas próprias ciências da comunicação.

Incontornavelmente, o ciberespaço e as ferramentas que lhes estão associadas permitem a construção e a circulação de novas narrativas, sem a intermediação hierarquizada imposta pela rigidez dos *media* tradicionais. Essas narrativas são fundamentais para a emergência de novos espaços políticos e identidades sociais, mas também para a expressão de relatos biográficos que vão desde novas formas de representação individual às questões de género. Um dos aspetos que as novas tecnologias permitiram evidenciar foi, com efeito, a promessa emancipatória no domínio das questões de género, tendo em conta a maior equidade no acesso e utilização das tecnologias por parte dos sujeitos, independentemente do seu sexo. No caso de Portugal, a tradicional associação dos indivíduos do sexo masculino ao uso das tecnologias não é apenas desconstruído pelo estudo de Susana Wichels, sobre as identidades de género em blogs femininos, como a autora define um perfil da *blogger* portuguesa: heterossexual, na faixa etária entre 30 e 40 anos, com educação universitária e que escreve na sua própria língua.

Um outro aspeto em destaque é a dimensão pública que as redes sociais deram às narrativas individuais. No ciberespaço, ao contrário do contacto diário (*face to face*), o discurso de si confronta-se com a inevitabilidade de poder vir a ser lido. Esta dimensão altera substancialmente a narrativa acerca do eu (*self*) e condiciona-a: a narrativa (auto)reflexiva do diário dá lugar ao discurso pensado na audiência, dando lugar a *identidades online* caracterizadas pela sua fluidez.

A natureza da narrativa dos *media* é de resto um dos temas recorrente dos textos que reunimos nesta edição. A partir de uma análise de estudo do programa «Fantástico» da TV Globo, Bruno Araújo e Helder Prior destacam a importância da função vigilante dos *media* na sociedade, mas salientam também os efeitos que o *denuncismo* pode ter na construção de um *pathos* de indignação, responsável pelo clima de desconfiança sobre os políticos e a reafirmação de valores negativos sobre a política. A força normativa que a função de vigilância assume nos *media* é radicalizada no estudo que Francisco Pinheiro faz sobre o papel do “infiltrado” na divulgação de informações internas nas redes sociais. Se o estudo nos mostra como as redes sociais permitiram que as fontes de informação pudessem canalizar diretamente dados relevantes para a opinião pública, ele revela quanto o papel do “infiltrado” fica fragilizado pelas críticas dos seus interlocutores, face à ausência de um poder (mediático?) credibilizador da informação divulgada. Neste sentido, poder-se-ia dizer que, nos *media* tradicionais, como nas redes sociais, antes de ser reconhecido como verídico, o discurso precisa de ser reconhecido como socialmente legítimo.

A dimensão narrativa e social do discurso é também evidenciada na reflexão de Marta Albertini, que nos parece querer mostrar como as tecnologias nos abrem portas para o mundo, mas não nos dão necessariamente novos olhares para o interpretarmos. Partindo do estudo da cobertura jornalística sobre a crise do Euro nas edições em linha de jornais italianos e espanhóis, Albertini acaba por constatar que, mesmo depois de várias décadas de construção europeia e de vivermos num mundo mais globalizado do que nunca, os *media* primam por uma visão conservadora dos acontecimentos, privilegiando os pontos de vista nacionais, secundarizando um expectável olhar europeu e fragilizando ainda mais o projeto ambicioso de uma Europa comum de cidadãos.

Noutro âmbito, a investigação de James Dorsey identifica traços de carácter emancipador no uso que os adeptos de futebol no Egipto fazem dos meios em linha. Esse aspeto é evidenciado sobretudo se compararmos com os limites dos denominados *media* tradicionais, confinados que estão a um aparelho de censura do Estado e de autocensura. Deste modo, os *media* em linha e as redes sociais, na medida em que ainda escapam ao controlo do Estado, surgem como meios alternativos de reflexão e expressão das profundas tensões que atravessam a sociedade, muito para além das quatro linhas do jogo.

Sem esquecer esta dimensão, não se pode deixar de ter em conta o facto de falarmos em ferramentas cujo potencial emancipador não deve levar-nos a desvalorizar que elas podem ser igualmente espaços de uma transposição do jogo social. Essa dimensão de reposição de poderes por outros modos é, diremos nós, tanto mais evidente quanto o uso das redes sociais é atravessado por lógicas que, à partida, nada têm de emancipatório, mas de controlo, de vigilância, no melhor dos casos, com o objetivo de marcar uma presença. Esse olhar crítico perpassa no texto de Marián Alonso González, para quem as ferramentas das redes sociais, na comunicação institucional, privilegia uma abordagem estratégica destinada a fomentar o interesse, a interação e a participação dos utilizadores, sem, no entanto, retirar partido das possibilidades de ferramentas como o Facebook e o Twitter, no sentido de uma maior transparência e de uma escuta ativa dos cidadãos, certamente mais exigente profissionalmente e, institucionalmente, mais incómoda.

O mesmo desencanto parece perpassar o estudo de Miguel Midões acerca da *mediamorfose* que a rádio estará a atravessar pelo efeito das novas tecnologias, permitindo levar mais adiante o ideal *brechtiano* de uma rádio feita por todos. Esse talvez fosse o objetivo da proposta pioneira de *A Rede da Rádio*, da Antena 1, mas o seu fim terá sido determinado por uma participação pouco espontânea dos cidadãos e os receios institucionais dos *media* «em colocar o público no papel ativo de criador de conteúdos».

Cristina Castrillon traz-nos uma perspetiva bem mais perturbadora. Mostra como as tecnologias da informação e da comunicação, ao proporcionarem um cruzamento entre as neurociências e o marketing, podem ser aproveitadas para levar mais adiante o projeto de controlo dos sujeitos, sob a capa de uma nova técnica, o neuromarketing, considerada a única saída para as empresas responderem a um consumidor ansioso por novas experiências e a um mercado mais competitivo.

Depois de tudo isto, talvez fosse avisado recordar as palavras da antropóloga Marilyn Strathern a propósito do binómio local/global, e que têm aqui todo o cabimento se devidamente reenquadradas: podemos sentir que as liberdades são novas, mas é provável que sejam velhas tiranias que apenas se tornaram demasiado familiares.