

# Regeneração do ecossistema informativo; pautas para uma sociedade enredada

José Manuel Sánchez Duarte\*

Bruno Carriço dos Reis\*\*

---

## Resumo

O ecossistema clássico de informação, unidireccional e dirigido pelas elites (políticas, económicas, mediáticas), foi sempre previsível. A participação da sociedade civil no debate público produziu-se de maneira escassa e atendendo a um modelo que prima pela simplificação e carnavalização da informação política. Diante deste panorama, a irrupção das tecnologias de informação e comunicação (TIC) provocaram o desterro das audiências e o surgimento dos públicos. Públicos em crescente processo de autonomia, que questionam a própria passividade que lhe atribuem meios de comunicação e se activam criticamente diante do exercício do poder.

**Palavras-chave:** ecossistema comunicativo; sistema mediático; públicos; sociedade em rede.

## Abstract

The ecosystem of classical information, unidirectional and directed by elites (political, economic, media), it was always predictable. The participation of civil society in public debate has produced is so scarce and given a model that excels in simplifying and carnivalization of political information. Given this scenario, the outbreak of information technology and communication (ICT) led to the banishment of the audience and the emergence of the public. Public process of increasing autonomy, which question the very passivity that give it the media critically and are activated before the exercise of power

**Keywords:** communicative ecosystem; the media system; public; network society.

---

\* Universidad Rey Juan Carlos. Madrid, Espanha. E-mail: maguarduarte@gmail.com

\*\* Universidade de Cabo Verde. Praia, Cabo Verde. E-mail: reysbr@yahoo.com.br

## **Um ecossistema de comunicação clássico em decadência**

Se um ecossistema é um conjunto formado por comunidades que interactuam entre si e cujos processos decorrentes dessas actividades produzem efeitos no seu próprio funcionamento, os intrincados processos de comunicação em rede (Castells, 2001) são o último *upgrade* no sistema que postulam sociabilidades por descortinar. Quer do ponto de vista das suas potencialidades, quer da aferição dos possíveis efeitos. Mais que em rede, parece pois, que estamos enredados na perplexidade da mudança gerada pelos processos comunicativos cibernéticos e atolados diante das desmultiplicações de leituras sociopolíticas que nos proporciona o fenómeno social em curso.

Pretendemos para o efeito atender as pistas e as possibilidades que parecem abrir as TIC em relação aos processos discursivos da Opinião Pública. No que concerne à passagem de um modelo elitista e institucionalizado, erigido pelas sinergias entre meios de comunicação e poder(es), para processos comunicativos mais plurais e abertos que em primeira instância sublinham esta blindagem do debate público e em última instância convocam e mobilizam a cidadania diante dos abusos da acção política.

Processos estes que desafiam os modelos clássicos do jornalismo convencional mais idealista, que fora edificado como vigilante do poder. A imagem do jornalista que fiscaliza o funcionamento das elites políticas forma parte de um contexto comunicativo que está em declínio e que é posto em causa pelos sectores mais activos da sociedade civil. Em particular, porque os profissionais que indagavam o exercício de poder estão a dar lugar a redacções de jovens estagiários, amordaçados perante a precariedade laboral que lhes oferecem as instituições mediáticas. A busca continua do aumento de vendas, alicerçada numa lógica de baixo investimento, derivou numa pauperização da informação e na proliferação de conteúdos triviais e sensacionalistas.

A lógica económica fez deslocar a informativa. Sem atender sequer a leituras marcadamente ideológicas, é visível que as múltiplas crises aumentaram a necessidade de injectar recursos financeiros nas instituições comunicativas. A solução passou pela desmultiplicação de canais e plataformas mediáticas na busca de mais áreas de negócio. Abundância de suportes e conteúdos acabaram por gerar saturação mediática, mas

mesmo a introdução do cabo e das plataformas digitais, não potenciaram modelos informativos fora da lógica de maximização de audiências. Os blocos noticiosos, em particular os televisivos, cristalizaram a informação num formato de características sensacionalistas e de espectacularidade. Uma linguagem decalcada do entretenimento, formatos onde a fidelização dos públicos é maior. A informação atendendo a esta lógica reproduz cada vez mais um modelo descontextualizado de notícias pela utilização recorrente de discursos fragmentados, primando o anedótico sobre a complexidade informativa (Carriço Reis, 2009).

A actualidade política mistura-se com a crónica social e isso reproduz um modelo de info-entretenimento. Conceptualmente, os trabalhos mais interessantes derivam da formulação de “notícias brandas” (*soft news*) de John Tulloch (1990, pp. 31-57). Este autor propõe reinterpretar as notícias e a ficção superando a dicotomia das suas respectivas funções de informação e entretenimento. A expansão dos géneros e subgéneros de ficção acabaram por constituir espaços “informativos” próprios e fundem-se com os noticiários convencionais. Os estudos que analisam o impacto de este modelo simbiótico, de informação e entretenimento, caracterizam os conteúdos informativos decorrentes de estes formatos como; cínicos, negativos, críticos e parciais (Berrocal et al, 2003; Valhondo, 2011).

Diante deste panorama, os jornalistas perderam parte do seu potencial de acção social, ficando fortemente dependentes das empresas mediáticas. O jornalismo está fortemente condicionado por factores de ordem neo-institucional para a elaboração do seu discurso. Em primeiro lugar pela relação que as emissoras estabelecem com o mercado e o sistema político e em segundo lugar pela cultura política da audiência, que por sua vez, é influenciada pelas tradições e convenções sobre os formatos dos programas e o rol dos profissionais dos meios (Sampedro, 2000).

Os condicionalismos descritos produziram lógicas comunicativas especializadas (portadoras de um novo positivismo), consubstancias num discurso tecnocrático do poder e das finanças, onde apenas sobra espaço residual para a cidadania. Neste contexto, o modelo comunicativo é um constante monólogo teatral onde se sucedem porta-vozes, que representam (em nome da opinião pública) mas no fundo apenas se representam (diante dos seus próprios interesses).

As instituições mediáticas advogam neste *modus operandi* democraticidade plena, pois frente ao bem escasso que é o tempo/espaço

comunicativo todos estão proporcionalmente representados, num debate público institucionalizado que está fortemente condicionado e subjugado aos parâmetros da ordem social estabelecida (Curran, 2005).

Este raciocínio de cobertura informativa assimétrica, onde a sociedade civil está sub-representada em relação ao peso que tem face ao poder político (Sampedro, Carriço Reis e Reis, 2008) denota uma cobertura mediática oficialista e parcial. Que a par do registo de espetacularização já descrito (que privilegia o emocional diante dos argumentos racionais) esvazia a esfera pública como possível arena do político.

Os estudos acerca da tónica discursiva das informações falam por isso em trivialização do quotidiano, onde se assiste a uma violência pública no discurso jornalístico. Os meios apropriam-se das histórias dos afectados e difundem as imagens de dor, interpretando e modificando o seu sentido de acordo com as suas necessidades respeito a audiência (Sánchez Duarte, 2008).

O acompanhamento mediático da libertação dos mineiros no Chile responde à tendência apontada. Sobressaíram as disputas conjugais dos afectados, a disputa entre distintas confissões religiosas por monopolizar os acontecimentos e a construção dramática quotidiana assente em relatos deliberadamente emocionais. Os repórteres, durante os 69 dias de cativeiro dos mineiros, construíram um discurso mediático que se aproximava mais da construção dramatúrgica de uma telenovela, que propriamente de um relato jornalístico. Atendendo concretamente as coberturas mediáticas dos telejornais da televisão pública de Portugal (RTP1) e Espanha (TVE1), primou o *fait divers* sobre a discussão política que estaria no preâmbulo da própria notícia. Os meios não ousaram discutir o regime de exploração laboral a que estavam sujeitos os mineiros, e a inoperância do ministro das Minas do Chile, Laurence Golborne, que baixo a sua tutela permitiu que funcionassem jazigos minerais sem as condições elementares de segurança. Foi um discurso construído desde a periferia sentimental das vítimas, que expulsou do debate público as razões e consequências dos acontecimentos.

O tratamento informativo convencional, empático com o grande público, vende por isso a ilusão de que as decisões de tudo o que decorre por detrás da cobertura mediática depende da própria audiência. As informações em directo, a expulsão dos concorrentes de um *reality show*, os inquéritos de opinião, os fóruns de discussão que abundam nos

meios de comunicação são os exemplos mais sintomáticos. Pois, como bem aponta James Curran (2005, p. 124); “os meios de comunicação influenciam acerca das percepções e os pontos de vista do público, através do seu modo de estruturar a compreensão dos assuntos públicos, mesmo que pareçam livres e independentes”

A sobrevivência do ecossistema clássico de comunicação joga a legitimar as acções participativas como se estas obedecessem a princípios de soberania popular e não a pautas de consumo (que se medem em *share*, no valor capitalizado em mensagens de texto de valor acrescentado e nas bases de dados geradas para alienar no mercado publicitário). Não é pois de estranhar a passagem do conceito clássico de audiência, para a segmentação que postula o conceito de públicos. O que reforça cada vez mais a ideia que a cidadania não representa somente o seu valor em termos de quotas de mercado, mas que existem públicos com valores sociais diferenciados.

Os recentes estudos de consumo e recepção retomam o conceito de audiências associado a usos massificados para o refutar criticamente, a luz da tendência de segmentação. Veja-se, em especial os trabalhos de Daniel Dayan (1992, 1998, 2001, 2005, 2006) que vêm postulando sistematicamente a diferença entre audiência e públicos, respondendo a lógicas de segmentação, especialização e diferenciação na recepção dos consumos culturais e informativos (particularmente na televisão). Como assinala García Canclini (2007, p. 23), os estudos sobre os meios de comunicação “abandonaram as generalizações apocalípticas sobre a homogeneização do mundo”, o que parece desembocar numa necessidade de re-significar os papéis atribuídos aos actores sociais pelo ecossistema clássico no que concerne a socialização mediática. Já que as novas gerações começaram a ser socializadas num contexto sem precedente (diante das sociabilidades virtuais) e as gerações de antes, estão a ser re-socializadas para combaterem o analfabetismo funcional digital. O que temos agora por desenredar é o sentido e os usos sociais dadas as TIC na construção da discussão pública, fora dos mecanismos tradicionais de comunicação e com públicos socializados em outros modelos.

## **Ecossistemas proactivos, desmultiplicação informativa**

O monopólio da informação que bloqueia a esfera pública como espaço de discussão política é um modelo cada vez mais criticado nas democracias e contestado nas sociedades de regimes antidemocráticos. A vaga de manifestações que varreu recentemente o Norte de África e Médio Oriente, na Argélia, Bahrein, Iémen, Irão, Jordânia, Líbia e Djibuti, que seguiram o efeito de contágio da Tunísia e do Egipto, respondem a uma cidadania conectada através de redes sociais, consumidora, portadora, e reprodutora de informação em modo instantâneo.

A utilização das tecnologias de informação permitiu superar a censura governamental e favorecer a participação activa da cidadania nas revoltas.<sup>1</sup> Diante de uma socialização mediática/política fortemente institucional, característica do ecossistema tradicional, que controlava o *timing* e os conteúdos da informação, vivemos agora uma era de transição informativa que desemboca em públicos activos. As interpretações e apropriações simbólicas dos conteúdos mediáticos que fazem os públicos são produto de um contexto social determinado; superando a pertença a uma determinada classe social. Por isso, “a ideia de que os meios de comunicação socializam a sua audiência mediante estes aceitarem de forma passiva da sua posição subordinada na sociedade, ficou definitivamente desacreditada com o redescobrir da audiência activa” (Curran, 2005, p. 134).

Frente ao descrito anteriormente, a tecnologia parece estar a favorecer uma maior participação dos actores sociais nas decisões e na circulação da informação. Os públicos definem-se como aglomerados “quantificáveis pelos valores que invocam e pelos assuntos que privilegiam (Dayan, 2006, p. 24). De simples consumidores, assistimos a um modelo que proporciona replicar a informação em redes de confiança com efeitos e ecos imprevisíveis. Os valores de estabilidade e verticalidade do ecossistema comunicacional clássico estão sendo substituídos por processos em que a horizontalidade redesenha a representação dos poderes no organograma da estrutura social.

A descentralização da informação e a construção da sociedade em redes gerou um sentido de mobilização como outras possibilidades

---

1 Para aprofundar os usos das TIC na mobilização da cidadania ver; V. Sampedro (2005) *13-M. Multitudes online*. Madrid, Los libros de la Catarata.

comunicativas.<sup>2</sup> Um número crescente da cidadania dispõe de espaços autónomos para publicação, compilação e difusão de informação. Diante das construções institucionais, que atendem a lógicas muito próprias, aumenta o espaço para se poderem introduzir novos temas e protagonistas na agenda pública.<sup>3</sup>

Um público activo que questiona o carácter unidireccional da comunicação. As audiências atomizadas que recebiam a informação convertem-se em usuários, em públicos online e críticos. O filósofo Daniel Innerarity (2004), para indicar a perda do monopólio da vigilância por parte dos governantes, fala na derivação do *panópticum* para o *synópticum*. Isto é: “o *big brother* enfrenta-se hoje a uma pluralidade de *little brothers*, em que não são uns poucos que observam a muitos, mas sim muitos os que observam a uns poucos”.

O crescente número de usuários e o aumento da velocidade nas trocas de informação em rede parece estar a produzir uma certa inversão nos mecanismos de controlo. As TIC proporcionaram agilização na opinião pública, para poderem questionar activamente as zonas de opacidade criadas pelas alianças político-mediáticas. O que em certa medida é um alerta para os processos de gestão política baseados nos fundamentos do elitismo puro, que atendem aos processos de comunicação política sem levarem em linha de conta a “voz da cidadania”.

A *Wikileaks* veio questionar de forma activa o exercício do poder. O manancial de documentos publicados desvela o que os sectores mais críticos denunciavam como jogo de favores, entre meios de comunicação e política. Mas o revelar das informações parece ter produzido efeitos contrários ao propósito que o despoletou, que era incrementar o debate em torno da transparência dos processos de comunicação política. O sector político obviou as críticas e interpretou como acosso tal procedimento, accionando prontamente os mecanismos de autodefesa. Manifestando a necessidade de um endurecimento em relação as leis da liberdade de imprensa, em particular nos Estados Unidos da América. Mesmo “não estando em jogo a segurança dos estados (nada do revelado põe em perigo a paz mundial nem era ignorado nos círculos de poder). O que se debate é

---

2 Se bem que não poderemos obviar que mais de metade do planeta não esta conectada a internet, a metade restante, pode condicionar as suas vidas de forma determinante.

3 Em particular por parte dos públicos mais politizados, ler para o efeito o artigo; Pippa Norris e John Curtice (2008) “Getting the Message Out: A two-step model of the role of the Internet in campaign communication flows during the 2005 British General Election”. *The Journal of Information Technology and Politics*, 4 (4), pp. 3-13.

o direito do cidadão a saber o que fazem e pensam os seus governantes” (Castells, 2010).

O que ficou por demais evidente é que a disseminação de informação sigilosa acerca de escândalos políticos não consegue, por si só, criar fissuras que obrigue a própria regeneração da organização política. Só um público posteriormente mobilizado no próprio exercício da cidadania ou da *praxis* política poderá questionar os procedimentos da governação. O que levanta um interessante paradoxo em relação ao papel desempenhado pelas TIC em relação a questão da participação política, que expressam as leituras desencontradas de optimista e pessimistas cibernéticos:

Se os optimistas cibernéticos apontavam como hipótese que as TIC se transformariam num instrumento de socialização capaz de activar politicamente os públicos (que seriam mais atentos, vigilantes e participativos), as investigações acerca do uso tecnopolítico da internet (em particular durante os actos eleitorais) refreiam tal suposição.

Ao serem estudados os perfis dos cibernautas em relação à sua implicação e motivações para realizarem práticas políticas na rede, a grande maioria apenas realizava reenvio de correios electrónicos. Somente uma percentagem mínima realizava práticas políticas intensas.<sup>4</sup> Esta investigação confirma em parte que a ciberpolítica segue “a regra 90-9-1 criada por Jacon Nielsen (...) que se cumpre em todas as comunidades criadas: 90% são audiência, mas não geram conteúdos; 9% são editores ao modificar e opinar sobre o que os outros geram, e somente 1% são criadores” (Monzoncillo, 2010).

Mas as leituras quantitativas acerca de como as TIC activam e mobilizam a cidadania são enfiamentos típicos dos pessimistas cibernéticos que obviam o sentido discursivo dos utilizadores da rede. Tal justificação parte da lógica que o crescente aumento de usuários não faz crescer na mesma proporção promotores sociais activos nas questões da política.

Mas superando idealizações ou fatalismos interpretativos, acerca das virtualidades das TIC, devemos indagar é que mecanismos ou que circunstâncias de implicação política se dão para que se desencadeiem fluxos contínuos nas correias de transmissão das redes. Que embora dinamizadas desde os públicos activos, não poderiam desencadear

---

<sup>4</sup> Para mais informação sobre este tema atender ao estudo coordenado por Victor Sampedro; “Ciberdemocracia en la campaña electoral de 2008”, que pode ser lido em [www.ciberdemocracia.es](http://www.ciberdemocracia.es)



implicações sociais na ordem das que geram transformação social (como as mobilizações do pós 11M ou as revoltas do Magrebe e Oriente Médio) se não operassem mobilizações transversais no tecido social (contando mesmo com os menos politizados ou com aqueles que gravitam na órbita do desinteresse participativo). Muito falta desenredar, nos actuais ecossistemas comunicativos.

## Referências bibliográficas

BERROCAL, S.; ABAD, L.; CEBRIÁN, E. y PEDREIRA, E. (2003). “El ‘Infoentretenimiento’ televisivo. Las Elecciones Legislativas de 2000 en El Informal, Caiga quien Caiga y Las Noticias del Guiñol”. In: BERROCAL, S. (Coord.). *Comunicación Política en Televisión y Nuevos Medios*. Barcelona, Ariel.

CANCLINI, N. (2007). *Lectores, espectadores e internautas*. Barcelona, Gedisa.

CARRIÇO REIS, B. (2009). *De la dictadura a la democracia; recuerdos y olvidos de la transición política española. Medios de comunicación y reconstrucción de la(s) memoria(s) colectiva(s) en España*. Dissertação de doutoramento. São Paulo, Madri, Pontificia Universidade Católica de São Paulo/Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.

CASTELLS, M. (2001). *La galaxia internet*. Barcelona, Plaza & Janés.

\_\_\_\_\_ (2010). La ciberguerra de wikileaks. *La Vanguardia*. Disponível em: <http://www.lavanguardia.es/opinion/articulos/20101211/54086305259/la-ciberguerra-de-wikileaks.html>. Acesso em: 1/jan/2011

CURRAN, J. (2005). *Medios de Comunicación y Poder*. Barcelona, Hacer.

DAYAN, D. (1992). Les mystères de la réception. *Le Débat*, n. 71, pp.146-162.

\_\_\_\_\_ (1998). “Le double corps du spectateur”. In: BOURDON, J. e JOST, F. (eds.). *Penser la télévision*. Paris, Nathan.

\_\_\_\_\_ (2001). The peculiar public of television. *Media, Culture and Society*, v. 23, n. 6, pp. 743-765.

\_\_\_\_\_ (2005). Mothers, midwives and abortionists: genealogy, obstetrics, audience and publics. In: LIVINGSTONE, S. (ed.). *Audience and publics: when cultural engagement matters for the public sphere*. Bristol, Intellect Books.

\_\_\_\_\_ (2006). Televisão, o quase-público. In: ABRANTES, J. C. e DAYAN, D. (org.). *Televisão: das audiências aos públicos*. Lisboa, Livros Horizonte.

INNERARITY, D. (2004). *La sociedad invisible*. Madrid, Espasa.

MONZONCILLO, J. (2010). Incertidumbres de la 'web' 2.0. *El País*. Disponível em: [http://www.elpais.com/articulo/opinion/Incertidumbres/web/elpepiopi/20100108elpepiopi\\_5/Tes?print=1](http://www.elpais.com/articulo/opinion/Incertidumbres/web/elpepiopi/20100108elpepiopi_5/Tes?print=1). Acesso em: 1/jan/2011.

ROSEN, J. (2006). “The People Formerly Known as the Audience”. Disponível em: [http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2006/06/27/ppl\\_frmr.html](http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2006/06/27/ppl_frmr.html). Acesso em: 10/jan/2011.

SAMPEDRO, V. (2000). *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Istmo, Madrid.

SAMPEDRO, V.; CARRIÇO REIS, B. e REIS, A. (2008). “Las otras campañas”. Ciudadanía y acción colectiva en periodo electoral”. In: SAMPEDRO, V. (ed.). *Medios y elecciones 2004. La campaña electoral y “las otras campañas”*. Madrid, Editorial Ramón Areces.

SÁNCHEZ DUARTE, J. (2008). *La construcción mediática de las víctimas del terrorismo: el caso español*. Dissertação de doutoramento. São Paulo/Madri, Pontificia Universidade Católica de São Paulo/Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.

TULLOCH, J. (1990). *Television Drama. Agency, Audience and Myth*. London/ New York, Routledge.

VALHONDO, J. (2011). *Sátira televisiva y democracia en España. La popularización de la información política a través de la sátira*. Barcelona, Editorial UOC.