

Apresentação. *Media & Jornalismo: 20 anos*

https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_0

Marisa Torres da Silva

Universidade Nova de Lisboa. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Portugal
Instituto de Comunicação da NOVA – ICNOVA
mts@fcsh.unl.pt

Carla Baptista

Universidade Nova de Lisboa. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Portugal
Instituto de Comunicação da NOVA – ICNOVA
carla.baptista@fcsh.unl.pt

Filipa Subtil

Escola Superior de Comunicação Social. Instituto Politécnico de Lisboa, Portugal
Instituto de Comunicação da NOVA – ICNOVA
fsubtil@escs.ipl.pt

Tiago Lima Quintanilha

Instituto de Comunicação da NOVA – ICNOVA, Portugal
tiagoquintanilha@fcsh.unl.pt

Alberto Pena Rodríguez

Universidade de Vigo, Espanha
CEIS20, Universidade de Coimbra
alberto@uvigo.es

A revolução digital é a última fronteira do conhecimento humano, com um impacto profundo nos processos de comunicação e nas dinâmicas da indústria cultural. O ecossistema transmediático mudou as identidades culturais, as vivências sociais e os modos de participação cívica. Os meios de comunicação transformaram a nossa forma de perceber e contar a realidade, mas também a estrutura das relações sociais, a circulação da informação entre emissores e públicos, o intercâmbio entre produtores e consumidores, o debate entre agentes políticos, sociais, económicos e culturais na esfera pública, as rotinas de produção e difusão de conteúdos. Em suma, as formas de olhar, sentir, pensar, agir e existir.

A inovação tecnológica associada ao mundo cibernético, à virtualidade das narrativas e à sua viralização robotizada são características do grande sismo digital que abala os alicerces da comunicação. O ambiente transmedia onde decorrem as interações contemporâneas afetou em particular os *media* tradicionais e acelerou a crise do jornalismo. O discurso informativo perdeu protagonismo para outros modelos de comunicação que banalizam e desprezam os factos, ou que promovem a desinformação e pervertem a democracia.

Como é que podemos ajudar? As ciências da comunicação, fundadas nas décadas de 20 e 30 do século XX, no contexto da emergência dos meios de comunicação de massas, não consolidaram uma “grande narrativa” (Deuze, 2021) que permita conectar uma enorme diversidade de abordagens teóricas e metodológicas, objetos de estudo e visões políticas sobre formas de intervenção na sociedade. A permanente condição de impermanência (Waisbord, 2019) é desafiante, mas cansativa: o que ganhamos em agilidade e capacidade de ir sinalizando o novo, perdemos em foco. Podemos definir um campo de estudos quando não existe um corpo central de teorias?

Nas ciências da comunicação, os métodos são sempre múltiplos, os objetos fluídos, os conceitos “pós-”. Há muita ambição em querer estudar a comunicação, quando a comunicação é tudo, e os meios se tornaram híbridos e sincréticos. Esta complexidade provoca um paradoxo: a comunicação comunica mal. A centralidade dos processos comunicativos na determinação das dinâmicas mais significativas da contemporaneidade é reconhecida, mas o conhecimento acumulado pelas ciências da comunicação permanece fora dos círculos de decisores. Nas palavras de Rasmus Nielsen (2018), não somos parte da “conversa” para resolver os problemas do mundo.

E, no entanto, a conversa é hoje esclarecida e fascinante justamente porque temos vivido na margem, na subversão e na colaboração. Sabemos que os discursos são construídos por uma economia política. Conceptualizamos e encontramos formas de medir questões centrais para a qualidade da experiência democrática, como o pluralismo mediático e a diversidade cultural. Sinalizamos e criticamos as representações amputadas de alguns grupos sociais e a prevalência de relações desiguais em várias dimensões do humano. Interrogamos os efeitos no coletivo da despolitização dos conteúdos, fruto do esbatimento de fronteiras entre informação e entretenimento. Exigimos mais regulação para garantir mais liberdade e eliminar a violência sobre o Outro. Olhamos para os *media* sem pudor da sua impureza e contaminação. Debatemos o esbatimento entre o factual e o ficcional, identificando os procedimentos metalépticos que convencionam a categorização de uma narrativa como “natural” ou ficcionada.

A possibilidade de uma leitura estabilizada perdeu-se. Lemos sempre em movimento. A experiência propõe micronarrativas locais, imersivas, indagando o sensível (o interior, o sonho, os silêncios).

Esta epifania é sistémica e obrigou a uma viragem teórica. A viagem dos últimos 20 anos levou-nos ao lugar mais abandonado pelos estudos dos *media* e do jornalismo: onde habitam os leitores, figura que nasce da leitura, mas também garante as condições de leitura (aquele que lê a vida como ficção, como nos ensinou Eco). E se o núcleo do jornalismo estivesse situado fora do produto, realizando-se na relação dialógica com os seus públicos? A única coisa a garantir é que estes continuam a existir por aí. Não morram, públicos, cidadãos, pessoas.

As potentes “figurações comunicativas” (Hepp et al., 2018) abertas pela tecnologia (*big data*, algoritmos) deslocaram as funções sociais que davam legitimidade ao jornalismo. Não se trata mais de editar, mas apenas de introduzir curadoria humana na informação datificada. Este fenómeno reifica a negação do ideal argumentativo deliberativo habermasiano e apresenta-se como um fator relevante para explicar os fenómenos de desinformação e polarização que marcam a política contemporânea.

A crise da democracia representativa, assente na impossibilidade de construir consensos entre “inimigos” que nunca se vão pôr de acordo, tem gerado tentativas de encontrar outros modelos para a democracia poder continuar a funcionar, incorporando os afetos, as paixões e o conflito. Chantal Mouffe (2000) apelida este modelo de “pluralismo agonístico”. É uma teoria para pensarmos de forma mais otimista o futuro. Mouffe disse numa entrevista a António Guerreiro no Público (2017): “Cito muitas vezes Espinosa, que dizia que a única maneira de lutar contra um afeto é construir outro afeto mais forte. O populismo deve significar a mobilização dos afetos do povo no sentido de uma radicalização da democracia.”

O otimismo é mitigado. Num tempo em que circula de novo a ameaça do extermínio nuclear e a emergência climática pode já ser irreversível, existe ainda um (fraco) consolo. É difícil suportar um discurso eufórico sobre o poder dos *media* na sociedade, mas podemos imaginar uma distopia: e se, de repente, desligássemos a máquina? Enquanto os reguladores dos *media* apelam para um uso mais consciente das ferramentas digitais que permita resistir ao impacto emocional negativo da “information overload” e alguns usuários das redes sociais debatem o “direito a desconectar” e ao “detox digital” (Hesselberth, 2018), a reflexão sobre os efeitos desta desconexão no espaço público ainda é muito marginal. Talvez seja bom para os indivíduos, mas seria bom para a sociedade?

Patterson (2000) procura resgatar a responsabilidade dos jornalistas de motivarem o envolvimento dos cidadãos com a política, mantendo a pretensão antiga: interpretar e atribuir sentido. A produção de conhecimento é mais personalizada, mais seletiva e mais fragmentada, e a sua função primordial é garantir uma realidade partilhada. Elogia os benefícios de “uma boa dose de negatividade”, mas alerta para os perigos de “desengajamento” causado por um jornalismo que vive entrincheirado entre o sensacionalismo e as polémicas violentas, terminando com uma pergunta irónica: “Boas notícias, alguém?”

A existência deste número especial da revista *Media & Jornalismo* é uma boa notícia. Fundada em 2002, filha dileta do pioneiríssimo Centro de Investigação *Media* e Jornalismo (CIMJ), criado a partir da visão e do dinamismo de Nelson Traquina, o número 1 saiu em outubro desse ano. Decorridos 20 anos, reencontramos alguns dos primeiros autores já que o número inaugural incluía uma entrevista a Daniel Dayan, realizada por José Carlos Abrantes, e uma mesa-redonda organizada por Mário Mesquita sobre a espetacularização da cobertura dos fogos florestais. O exercício de memória que é revisitar o arquivo da revista (aberto a todos no *website* do então Cic.Digital e também, a partir de 2015, no *website* da *Media & Jornalismo*) deixa-nos com uma sensação feliz, pela relevância da reflexão e pela qualidade das intervenções. Na primeira década de existência, e pela mão de investigadores consagrados, portugueses e estrangeiros, de figuras públicas (o número 2, por exemplo, saído em 2003, publicou uma intervenção do então Presidente da República, Mário Soares, sobre a crise da democracia e a desvalorização dos direitos humanos) mas também de jovens investigadores que entretanto ganharam relevância na academia, a revista esteve sempre sintonizada com uma agenda de pesquisa instigante: o jornalismo de guerra, a relação entre *media* e democracia, as questões de género, a globalização, o desporto, o racismo, a Europa, as migrações, a história dos *media* e tantos outros temas. Prestamos aqui a nossa homenagem a esse grupo fun-

dador que integrava uma direção colegial, constituída por Nelson Traquina, Estrela Serrano e Cristina Ponte.

O alinhamento dos artigos que propomos no número atual reflete assim uma viagem por duas décadas de transformação nos objetos de estudo e nos enquadramentos teóricos dos estudos dos *media* e do jornalismo. O presente e o futuro são a primeira paragem deste percurso, com a reflexão de Natalie Fenton sobre o modo como a acumulação de capital se infiltra em todas as dimensões da existência humana atual, incluindo o controlo dos sistemas de mediação. Mas não se trata de um artigo de mero diagnóstico. É um manifesto de *imaginação* de sistemas mediáticos que priorizem o valor do público em detrimento do lucro, mobilizando os princípios da paridade socioeconómica estrutural, da democraticidade dos *media* (pensando-os como recurso público e partilhado, necessário para a saúde da democracia) e da sustentabilidade (laboral e financeira). Para Fenton, não poderá existir, no presente e no futuro, uma democracia significativa sem uma reforma do setor dos *media*, para todos e de todos.

“Remembering two friends, reexploring two books” é uma homenagem a Elihu Katz e Todd Gitlin por parte de Daniel Dayan, um académico próximo a ambos. Dayan testemunha algumas facetas de Katz e Gitlin por ocasião do seu falecimento em 2021. Estes intelectuais norte-americanos distinguiram-se nos estudos de comunicação e *media*, mas desenvolveram perspetivas teórico-analíticas assaz diferentes. O primeiro, na senda do que Dayan designa de “taylorização da sociologia”; o segundo, integrando o coro de vozes que denunciava o cientifismo como os teóricos críticos de Frankfurt e Wright Mills. No fundo, o que se jogava era o confronto entre uma certa perspetiva de “ciência social” e a filosofia política.

Partindo deste debate, que marca de forma indelével as ciências sociais e a investigação sobre os *media*, Dayan avança para uma leitura esclarecida e comprometida de *Personal influence* (1955), de Katz e Lazarsfeld, e de *Media events* (1992), do próprio e de Katz. No caso de *Media events*, presenteia-nos com a história do seu inusitado encontro com Katz e o convite que este lhe dirigiu para ser coautor do livro, mostrando o quão frutuoso terão sido os seus diálogos transatlânticos para um projeto da história internacional dos estudos de comunicação. No que respeita a *Personal influence*, Dayan destaca os comentários e reflexões que o livro suscitou, entre os quais se destacam as críticas mordazes de Mills e Gitlin e a releitura mais recente proposta por John Durham Peters.

Dayan deixa ainda palavras de apreço para Mário Mesquita, um amigo e companheiro que também nos deixou em 2022, cujo conceito de “acontecimento mediático” foi um dos fios condutores da investigação que realizou ao longo de várias décadas.

O mais extraordinário deste ensaio é que Dayan, que coassinou com Katz, de quem Gitlin era adversário, deixe aqui testemunho da sua amizade com um colega que se distanciou do seu próprio trabalho. Dayan tem a humildade de elogiar e ser amigo de alguém que foi um crítico veemente do autor com quem o próprio colaborou e escreveu um livro.

Mário Mesquita e Elihu Katz são, de novo, os protagonistas do texto de Telmo Gonçalves, que enquadra as afinidades intelectuais entre ambos e o percurso da entrevista de Mesquita a Katz (republicada neste número), numa (rica) conversa entre duas figuras ímpares nos estudos dos *media* e onde, entre outros temas, o autor de *Media events* fala da sua “teoria selvagem” sobre os novos *media*.

Das memórias e homenagens, os temas e objetos recentes e emergentes nos estudos dos *media* e do jornalismo são as paragens seguintes desta viagem por 20 anos de ruturas, mas também continuidades.

Valérie Bélair-Gagnon e Avery Holton partem da questão “Quem toma conta dos jornalistas?” para refletir sobre o modo como a glorificação da produtividade (enraizada na cultura profissional), a exposição a um ambiente de assédio e hostilidade (decorrente de uma muito maior pressão para o envolvimento com as audiências) ou a ênfase em abordagens individualistas na resolução de problemas estruturais coloca desafios crescentes ao bem-estar e à saúde mental dos jornalistas. Em nome da própria sustentabilidade do jornalismo no futuro, os autores sugerem, nessa medida, que as normas jornalísticas levem em consideração a humanidade dos jornalistas (e a sua felicidade).

As dimensões experienciais e de género da hostilidade contra jornalistas em ambiente digital são o tema do artigo de Maria João Silveirinha, Susana Sampaio-Dias, João Miranda, Bibiana Garcez e Bruno Dias. Partindo de uma amostra de mais de 22 mil comentários a notícias, um inquérito a 441 jornalistas detentores/as de título profissional de jornalista ou equivalente e entrevistas em profundidade a 25 mulheres jornalistas, os dados desta pesquisa mostram como a integridade e a segurança dos jornalistas têm vindo a ser testadas no contexto digital, com a condição de género a encorajar os incidentes de abuso. Para os autores, o assédio *on-line* a jornalistas deve ser percecionado como um problema sistémico, que exige, nessa medida, soluções sistémicas.

Os processos algorítmicos que convertem um conjunto estruturado de dados em narrativas sem intervenção humana – ou o jornalismo automatizado – têm trazido oportunidades, mas também desafios diversos ao trabalho jornalístico e à própria identidade profissional. A pergunta que, no seu artigo, moveu Edson C. Tandoc Jr., Shangyuan Wu, Jessica Tan e Sofia Tan Contreras, aponta para outra direção, que consideram ausente no âmbito dos estudos de jornalismo: será que as peças noticiosas escritas por humanos diferem realmente das peças jornalísticas criadas através de processos de automação? Mobilizando a teoria dos campos de Bourdieu e o conceito de “boundary work” (proposto por Gieryn, mas trabalhado sobretudo por Carlson nos estudos jornalísticos), os autores comparam os artigos noticiosos escritos por humanos com os artigos noticiosos escritos por algoritmos publicados pela Bloomberg entre 2016 e 2017. Concluem que as notícias escritas através de algoritmos partilham algumas semelhanças com notícias escritas por humanos, mas há diferenças, nomeadamente ao nível do pensamento crítico e da diversidade (e não só) – o que impele Tandoc Jr. *et al.* a questionarem de que forma é que o crescimento do jornalismo automatizado, a manter-se ou a aumentar no futuro, afetará a variedade e a diversidade da cobertura noticiosa.

Tandoc Jr. *et al.* utilizaram como metodologia a análise de conteúdo, que é precisamente o objeto de estudo de Jonathan Hendrickx e Michael Pavkis no seu artigo “Notícias e análise de conteúdo no século XXI: uma revisão de literatura estruturada”. Procurando colmatar uma lacuna no estudo sistemático do que constitui análise de conteúdo aplicada ao jornalismo, os autores avaliaram quase três mil resumos de artigos em língua inglesa publicados entre 2001 e 2020, para identificar mudanças nas plataformas e nos países mais estudados. Num período de 20 anos, constataram a continuidade do

domínio dos artigos de imprensa enquanto unidades de análise – a par de um interesse crescente no estudo de plataformas *on-line* – e uma substancial diversificação ao nível da localização geográfica das pesquisas, ainda que alguns continentes e regiões permaneçam sub-representados. O artigo de Hendrickx e Pavkis constitui, ainda, uma contribuição importante para refletir sobre a forma como a análise de conteúdo mantém a sua relevância enquanto método de pesquisa no âmbito das ciências sociais.

Inês Amaral, Ana Marta Flores e Eduardo Antunes abordam, no seu artigo, as práticas mediadas de jovens adultos em aplicações móveis, através de um inquérito a uma amostra representativa de jovens portugueses entre os 18 e os 30 anos. O estudo procura avaliar de que forma as aplicações móveis interferem com as identidades de género e as práticas sexuais.

A relação entre o uso e a confiança nos *media*, por um lado, e, por outro, a confiança nas instituições locais e regionais é o tema que fecha a viagem por duas décadas de estudos dos *media* e do jornalismo. Mobilizando e analisando dados do Eurobarómetro, o artigo de João Carlos Sousa e Ana Pinto-Martinho propõe uma reflexão sobre o papel dos *media* tradicionais e digitais nas democracias contemporâneas.

Media & Jornalismo: o futuro a partir do 2.º semestre de 2023

À semelhança daquilo que acontece com a atividade jornalística e com os sistemas de mediação, também a paisagem da produção académica tem sido marcada pelas profundas transformações operadas pelo desenvolvimento informacional.

O ritmo da hiperprodução científica, projetado na máxima “publish-or-perish”, determina que a relevância e a saliência de um artigo publicado e do seu meio de registo rapidamente se desvanecem se não acompanharem a tendência da agenda científica.

Assim, a capacidade de as diferentes revistas académicas ajustarem a sua oferta editorial à cadência dos designados temas quentes de investigação determina a sua vantagem competitiva no atual ecossistema hipersaturado de publicações académicas.

Como resultado, o mesmo imediatismo e a mesma velocidade que, no jornalismo, passam a ser vistos como normas procedimentais, tornam-se igualmente centrais no mercado da produção académica, com as diferentes revistas a terem de gerar rapidamente citações durante o período de maturação dos artigos científicos que publicam – sob pena de se atomizarem numa ditadura de métricas que está para ficar e que delimita a capacidade de retenção da produção científica de qualidade – e que a *Media & Jornalismo* pretende atrair.

Neste sentido, e como forma de fazer face aos enormes desafios que as revistas académicas enfrentam na arena da significância científica – nomeadamente aquelas que funcionam numa base voluntarista associada a unidades de investigação ou a instituições de ensino superior envolvidas unicamente na acumulação sistemática do conhecimento –, a equipa editorial da *Media & Jornalismo* irá proceder, a partir do 2.º semestre de 2023, a uma reestruturação significativa das suas formas de trabalho, que agora se divulgam.

Serão três as principais mudanças operadas, mantendo-se o pleno funcionamento da revista nas modalidades *free-to-read* e *free-to-publish* capazes de respeitar os fundamentos inscritos na génese do verdadeiro movimento de acesso aberto, gratuito,

livre e democratizado, enquanto a equipa editorial continua a rejeitar todas as formas de mercantilismo científico.

- 1) Terminam os números temáticos, de forma a ser abandonado o principal obstáculo à heterogeneidade e diversidade dos temas tratados pela revista nos diferentes volumes. A homogeneidade temática dá assim lugar à pluralidade de objetos de estudo e de abordagens metodológicas em fluxo contínuo, permitindo desta forma articular a atuação da revista com a agenda científica¹;
- 2) Os tempos de espera para lançamento dos diferentes artigos aceites pela equipa editorial da revista passam a ser significativamente reduzidos. A aceitação de um artigo dá assim lugar, imediatamente após processo de formatação e edição de texto, à sua publicação no formato *on-line first*, de forma a que a temática e conteúdo tratados por cada artigo aceite para publicação passem a estar automaticamente disponíveis para consulta dos públicos da revista. Reduzem-se assim tempos de espera significativos entre a aceitação e a publicação do artigo que prejudicavam a relevância e a atualidade deste último, bem como o potencial retorno para a revista em termos da sua disseminação e saliência no campo científico tratado. Todos os artigos publicados no formato *on-line first* darão lugar, mais tarde, à sua integração em números compostos, já em pleno período de maturação dos vários artigos publicados na modalidade *on-line first*;
- 3) As edições dos diferentes artigos passam a funcionar no formato bilingue (português e inglês), ficando a cargo dos autores de cada artigo os custos associados às traduções que se revelem necessárias (português para inglês ou inglês para português), tal como acontece em outras revistas académicas que concorrem no mesmo espaço de atuação da *Media & Jornalismo* e que funcionam em *full open access*. Esta medida visa responder à necessidade de disseminação dos conteúdos tratados e da sua internacionalização, maximizando o espectro das leituras e das consultas, com potencial benefício para o autor, para o aumento do impacto de cada artigo publicado, e, concomitantemente, para benefício da própria revista.

A revista *Media & Jornalismo*, 20 anos após o seu nascimento, procura, com estas medidas, ajustar-se ao panorama da publicação científica, enquanto responde à necessidade constante de ajustar a sua orgânica e funcionamento às exigências da certificação, legitimação e qualidade académicas.

Referências

Deuze, M. (2021). On the 'grand narrative' of media and mass communication theory and research: a review. *Profesional de la información*, 30(1), e300105.
<https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.05>

¹ O número temático "Comunicação e mudança social", com coordenação de Thomas Tufte, Ana Margarida Barreto e Nuno Correia de Brito, será publicado durante o 1.º semestre de 2023.

- Hepp, A., Breiter, A., & Hasebrink, U. (2018). *Communicative figurations. Transforming communications in times of deep mediatization*. Palgrave MacMillan.
- Hesselberth P. (2018). Discourses on disconnectivity and the right to disconnect. *New media & society*, 20(5), 1994-2010. <https://doi.org/10.1177/1461444817711449>
- Mouffe, C. (2000). *The democratic paradox*. Verso.
- Nielsen, R.K. (2018). No one cares what we know: Three responses to the irrelevance of political communication research. *Political Communication*, 35(1), 145-149. <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1406591>
- Patterson, T. E. (2000). Doing well and doing good. *KSG Working Paper No. 01- 001*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.257395>
- Waisbord, S. (2019). *The communication manifesto*. Polity Press.

Notas biográficas

Marisa Torres da Silva é Professora Auxiliar do Departamento de Ciências da Comunicação da NOVA FCSH. É investigadora do ICNOVA – Instituto de Comunicação da NOVA e diretora da revista *Media & Jornalismo*.

Ciência ID: E811-91FA-DC5E

ORCID iD: 0000-0003-1136-4232

Scopus Author ID: 56431105300

Morada: Universidade Nova de Lisboa, Instituto de Comunicação da NOVA, Av. de Berna, 26-C – Lisboa 069-061, Portugal

Carla Baptista é Professora Associada do Departamento de Ciências da Comunicação da NOVA FCSH. É investigadora do ICNOVA – Instituto de Comunicação da NOVA e diretora adjunta da revista *Media & Jornalismo*.

Ciência ID: FF1B-13F5-CE58

ORCID iD: 0000-0002-8188-3567

Scopus Author ID: 57189266192

Morada: Universidade Nova de Lisboa, Instituto de Comunicação da NOVA, Av. de Berna, 26-C – Lisboa 069-061, Portugal

Filipa Subtil é Professora Adjunta na Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa. É investigadora do ICNOVA – Instituto de Comunicação da NOVA e diretora adjunta da revista *Media & Jornalismo*.

Ciência ID: 2A11-F551-80F8

ORCID iD: 0000-0003-2556-2192

Scopus Author ID: 55957304200

Morada: Campus de Benfica do IPL 1549-014 Lisboa, Portugal

Tiago Lima Quintanilha é gestor de ciência e investigador do ICNOVA – Instituto de Comunicação da NOVA.

Ciência ID: 7D18-66EB-A4D5

ORCID iD: 0000-0001-9189-481X

Scopus Author ID: 55235926000

Morada: Universidade Nova de Lisboa, Instituto de Comunicação da NOVA, Av. de Berna, 26-C – Lisboa 069-061, Portugal

Alberto Pena Rodríguez é Professor Titular na Faculdade de Ciências Sociais e da Comunicação da Universidade de Vigo. É investigador do CEIS20 da Universidade de Coimbra e diretor da Secção de História da Comunicação Social da Asociación Española de Investigación en Comunicación.

Ciência ID: CE1B-8ECE-C636

ORCID iD: 0000-0001-8667-6287

Scopus Author ID: 56013713200

Morada: Faculdade de Ciências Sociais e da Comunicación, Campus de A Xunqueira s/n, 36005 Pontevedra, Espanha

(Página deixada propositadamente em branco)