

## Media e Globalização

Anthony Giddens (2017). *O Mundo na Era da Globalização* (9ª ed.). Lisboa: Editorial Presença.

Anthony Giddens (2013). *Sociologia*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

[https://doi.org/10.14195/2183-5462\\_35\\_18](https://doi.org/10.14195/2183-5462_35_18)

Francisco Rui Cádima

### **“Globalization has given way to a new era of sluggishness” *The Economist* (Jan 24th 2019)**

Procurando refletir sobre os novos desafios globais deste início de século XXI – da fadiga democrática e da regressão política e social (Appadurai, Bauman) à *slowbalization* (The Economist) –, optámos por revisitar Anthony Giddens e os seus textos referenciados em epígrafe, sendo que relativamente ao segundo incidimos essencialmente na recensão do capítulo sobre os meios de comunicação social, de forma a procurarmos discutir estas questões no contexto da aproximação entre dois conceitos centrais no nosso domínio científico – media e globalização – a partir, justamente, dos pontos de vista de Giddens.

Uma das questões essenciais que hoje se coloca prende-se com o crescimento do desencanto face à globalização e também com o recuo da geopolítica e da economia aos “velhos” grandes blocos regionais, numa espécie de novo ciclo da “globalização”. Ultrapassada, aparentemente, essa “época de ouro” da globalização dos anos 1990-2010, agora, a economia global reconfigura-se num processo de arrefecimento a que se pode chamar de *slowbalization*, o qual terá resultado não somente de um recentramento geoespacial das *supply chains*, mas também da entrada, com a era digital, de novos atores e influenciadores dos mercados, dos *prosumers*, dos sistemas de *crowdfunding*, modelos de desintermediação *blockchain*, que se interpõem por entre debilidades dos mercados e Estados, reconfigurando-se assim ritmos e modelos na atual globalização lenta ou, talvez melhor, recentrada em grandes blocos no plano regional.

Embora esta *slowbalization* não estivesse descrita enquanto tal no livro *O Mundo na Era da Globalização* (*Runaway World: How Globalization Is Reshaping Our Lives*, no original), Giddens já deixava sinais de que tal poderia acontecer, pelo menos na dimensão política, quando se refere ao “paradoxo da democracia”. Isto é, ao mesmo tempo que a democracia aparentemente se expande por toda a parte, (...) “nas democracias maduras, que o resto do mundo está supostamente a copiar, existe uma enorme desilusão quanto aos processos democráticos” (2017, p. 70), surgem os défices democráticos, as reduções de soberania, as flutuações das economias, etc.

Convirá, no entanto, reter que o princípio estruturante do modelo de globalização de final de século foi a forte aceleração tecnológica então registada, designadamen-

te no plano dos sistemas de comunicação. Se a “democratização” da televisão teria dado porventura o seu contributo para a queda do muro de Berlim, o fim do *apartheid* na África do Sul e a conquista do direito de voto por parte da população negra norte-americana, a internet e a massificação das tecnologias da informação criaram expectativas não confirmadas de fenómenos de reforço da experiência democrática pela participação e pela emergência de um modelo cívico/deliberativo, ou fenómenos de colonização inversa, ou de desintermediação, ou mesmo de pluralidade de mercado e de não concentração, todos eles, afinal, mais em regressão do que em expansão.

Aliás, nestas trocas entre o local e o global a primeira fratura surge exatamente na reemergência de nacionalismos locais face às tendências globalizantes. Uma segunda fratura surge na dimensão crescente dos novos riscos, dos financeiros aos ambientais, e na cada vez maior separação entre cosmopolitismo e fundamentalismo. Recorde-se Giddens: “O fundamentalismo é filho da globalização. (...) Podemos pensar que o fundamentalismo sempre existiu. Não é assim; desenvolveu-se em resposta às influências da globalização. (...) A própria palavra data de início do século XX, quando foi usada para descrever as crenças de algumas seitas protestantes dos EUA (...)” (2017, pp. 52-53).

No contexto dos valores da democracia política, na tensão e conflito entre respeito e confiança vs autoritarismo e intolerância, Giddens defende que a democracia estará de facto “minada por dentro” quando deixa emergir essas formas anómalas, essa corruptela da “democracia das emoções”. Impor-se-ia assim um aprofundamento da democracia e da cultura cívica, “democratizar a democracia” tal como ele coloca. E, finalmente, a questão dos *media*: “os *media*, especialmente a televisão, têm uma relação equívoca com a democracia (...). A televisão e os outros *media*, graças à vulgarização constante e à personalização das questões políticas, tendem a destruir o próprio espaço público de debate que abrem” (2017, p. 76).

Justamente sobre os *media*, Giddens desenvolve todo um capítulo no seu livro *Sociologia*, e é sobre o seu pensamento neste tema que focaremos agora esta revisão. Digamos que o autor nesta obra, embora desenvolva o tema do sistema de *media*, e também o da emergência da digitalização, ao longo de dezenas de páginas (pp. 810-881), não é tão assertivo como o foi na obra referida anteriormente. A dimensão crítica dos *media* é agora substituída por abordagens de divulgação de escolas, correntes e autores, que se posicionam ora de forma mais “gratificante” para com os *media*, ora de forma mais crítica. Digamos que neste caso estamos sobretudo perante um breve manual de sociologia dos meios de comunicação social.

Por exemplo, em relação à televisão, Giddens tanto recorre a Roger Silverstone para a enquadrar na dimensão dos usos e gratificações, a televisão-reconforto, como, por outro lado, cita Robert Putman que alude à televisão como máquina que deteriora significativamente o capital social, no plano das obrigações mútuas e da confiança; ou ainda, citando detalhadamente os estudos do Glasgow Media Group em torno do tema *Bad News* e da objetividade vs enviesamento da informação televisiva na sociedade britânica em particular.

Uma parte importante do capítulo trata das teorias dos meios de comunicação social. Aqui, Giddens opta por apresentar sobretudo as correntes funcionalistas, as teorias do conflito, o interacionismo simbólico e a teoria pós-moderna. Mas alerta desde logo para o facto de estarmos perante “profundas divergências quanto ao papel e

às funções dos meios de comunicação social nas sociedades” (2013, p. 816). Assim é, de facto. Mais de cem anos após a era de massificação da imprensa comercial, e décadas após o aparecimento da Internet, parece que ainda não houve efeitos negativos suficientes sobre a experiência democrática, a história e a cidadania ao longo do século XX e princípio do século XXI, que alertem académicos e cidadãos para os perigosos enviesamentos que os sistemas de *media* – analógicos e digitais – estão a causar à sustentabilidade democrática da contemporaneidade.

A gravidade do atual modelo comunicacional, constante ao longo dos séculos XIX e XX, é para nós evidente, e disso temos dado nota em vários textos publicados. Nesta leitura de Giddens ficamos, no entanto, divididos entre aquilo que consideramos o essencial, por exemplo aduzido quando, em referência à crise da esfera pública em Habermas se diz que os media “são hoje parte do problema que a democracia enfrenta” (p. 846), e o positivismo de correntes como a do interacionismo simbólico que defende que os media foram de certo modo a base de sustentação do desenvolvimento das instituições modernas, como se vivêssemos hoje numa espécie de Nirvana democrático... Ora, este tempo, parece-nos, é exatamente o contrário. É, justamente, o tempo da crise da instituição democrática. E para isso, certamente, muito terá contribuído o sistema de *media* desde meados do século XIX até à atualidade.

## **Nota Biográfica**

Francisco Rui Cádima é Professor Catedrático do Departamento de Ciências da Comunicação da NOVA FCSH. Investigador Responsável do ICNOVA - Instituto de Comunicação da NOVA, é membro da direção da revista Media & Jornalismo.

ORCID iD:0000-0002-5449-8831

Email: frcadima@fcsb.unl.pt

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