Media & Jornalismo

N.º 41 VOL. 22, N.º 2 - 2022
INSTITUTO DE COMUNICAÇÃO DA NOVA - ICNOVA

IMPRENSA DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA
COIMBRA UNIVERSITY PRESS

MEDIA & JORNALISMO: 20 ANOS

MEDIA & JORNALISMO: 20 YEARS

ORGANIZAÇÃO EDITORIAL: MARISA TORRES DA SILVA, CARLA BAPTISTA, FILIPA SUBTIL, TIAGO LIMA QUINTANILHA E ALBERTO PENA RODRÍGUEZ

(Página deixada propositadamente em branco)

Media&Jornalismo

MEDIA & JORNALISMO: 20 ANOS
MEDIA & JORNALISMO: 20 YEARS

ORGANIZAÇÃO EDITORIAL
MARISA TORRES DA SILVA
CARLA BAPTISTA
FILIPA SUBTIL
TIAGO LIMA QUINTANILHA
ALBERTO PENA RODRÍGUEZ

Nº 41, Vol. 22, Nº 2 – 2022

Instituto de Comunicação da NOVA — ICNOVA

FICHA EDITORIAL

MEDIA&JORNALISMO
UMA REVISTA DO INSTITUTO DE COMUNICAÇÃO DA NOVA – ICNOVA

Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa
Morada | Address: Av.de Berna, 26 C, 1069-061 Lisboa - Portugal
Telefone | Phone: (+ 351) 217 908 303 - ext 40332
Email: icnova@fcsh.unl.pt //
Web: icnova.fcsh.unl.pt

N.º 41, VOL.º 22, N.º 2 – 2022

Título | Title:
20 Anos
20 Years

Diretora | Journal Editor:
Marisa Torres da Silva (Universidade NOVA de Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas; Instituto de Comunicação da NOVA, Portugal) mts@fcsh.unl.pt

Diretoras adjuntas | Associate Editors:
Carla Baptista (Universidade NOVA de Lisboa. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas; Instituto de Comunicação da NOVA, Portugal) carlamariabaptista@gmail.com
Filipa Subtil (Instituto Politécnico de Lisboa. Escola Superior de Comunicação Social; Instituto de Comunicação da NOVA, Portugal) fsubtil@escs.ipl.pt

Organização editorial | Editorial organization:
Marisa Torres da Silva (Universidade NOVA de Lisboa)
Carla Baptista (Universidade NOVA de Lisboa)
Filipa Subtil (Instituto Politécnico de Lisboa)
Tiago Lima Quintanilha (Universidade NOVA de Lisboa)
Alberto Pena Rodríguez (Universidade de Vigo)

Produção Editorial | Editorial Production:
Assistente Editorial | Editorial Assistant: Patrícia Contreiras (ICNOVA, Universidade NOVA de Lisboa, Portugal)
Edição Gráfica e Digital/Indexação | Graphic and Digital Edition/Indexation:
ICNOVA e Mickael Silva (Imprensa da Universidade de Coimbra)

Indexação e avaliação | Indexation and evaluation
SCOPUS | SciELO | ERIH PLUS | MIAR | DOAJ | EZB | Latindex

Imagem da capa | Cover image: Estátua em Néon de gesso da cabeça de Apolo

Media e Jornalismo é editada semestralmente.
The journal Media e Jornalismo is published twice a year.

Editora | Publisher
Imprensa da Universidade de Coimbra | Coimbra University Press
Morada | Address: Rua da Ilha, 1, 3000-214 Coimbra, Portugal
Telefone | Phone: (0351) 239 247 170 //
Email: imprensa@uc.pt //
Web: http://www.uc.pt/imprensa_uc

Direitos de Autor (c) 2022 Media e Jornalismo | Copyright (c) 2022 Media e Jornalismo

Este trabalho está licenciado sob a Licença Creative Commons Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional. Para ver uma cópia desta licença, visite http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/
This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. To view a copy of this license, visit http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

ISSN:1645 -5681 // **ISSN digital:** 2183-5462 //
DOI: https://doi.org/10.14195/2183-5462_42
Depósito Legal | Legal deposit: 186314/02 //
Nº de Registo ERC | ERC Registration: Nº: 124296

URL: https://impactum-journals.uc.pt/mj/index e | and http://www.icnova.fcsh.unl.pt/revista-media-jornalismo/
Email: Icnova@fcsh.unl.pt
patriciacontreiras@fcsh.unl.pt

@2022 Imprensa da Universidade de Coimbra | Coimbra University Press
Todos os direitos reservados | All rights reserved
Esta publicação é financiada por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projecto com referência: UIDB/05021/2020.
This publication is funded by national funds through Fundação para a Ciência e a Tecnologia, within the scope of the project with reference UIDB/05021/2020.

REVISTA MEDIA & JORNALISMO

A *Media & Jornalismo* (1645 5681) é uma revista científica pioneira em Portugal na área dos estudos dos media e do jornalismo. O primeiro número foi lançado em 2002 pelo então CIMJ - Centro de Investigação Media & Jornalismo, afirmando-se "na diversidade dos temas dos seus artigos, metodologias e reflexões" e sendo "um espaço promotor de discussão qualificada, não só na comunidade académica, mas também entre todos os que se interessam pelos media e pelo jornalismo nas sociedades contemporâneas." A revista é atualmente publicada pelo ICNOVA - Instituto de Comunicação da NOVA, que integrou o CIMJ. Continua com periodicidade semestral (Abril e Outubro de cada ano), estando indexada nas bases SCOPUS, na Scielo e na DOAJ, praticando um rigoroso sistema de arbitragem científica e disponibilizando todo o seu conteúdo de forma livre e gratuita.

A *Media & Jornalismo* publica investigação académica de topo e constitui um espaço de discussão qualificada para compreender as dinâmicas sociais e políticas ativadas pelos media e pelo jornalismo na sociedade contemporânea. A reflexão produzida contribui para um conhecimento aprofundado e crítico das várias dimensões, temporalidades e impactos de fenómenos comunicacionais complexos. Procura combinar uma variedade de problemáticas e enfoques, da história à sociologia, do direito à economia, das práticas, tecnologias e os usos, e constituir um elemento de reflexão e debate na vasta comunidade interessada no âmbito específico dos media e do jornalismo.

Foco e Âmbito

A *Media & Jornalismo* aceita artigos originais, assentes em metodologias empíricas e qualitativas. Procuramos especialmente atrair investigação que contribua de forma decisiva e inovadora para desenvolver novos métodos de análise, aplicar modelos teóricos a investigações empíricas, discutir e aplicar conceitos heurísticos, identificar e analisar fenómenos emergentes no campo dos media, refletir criticamente sobre as dinâmicas comunicacionais e tecnológicas da sociedade contemporânea e lançar novas interpretações sobre a história dos media.

A revista aceita a submissão de artigos e recensões de livros e entrevistas em todas as áreas das ciências da comunicação com particular destaque para os estudos dos media e do jornalismo. Os seguintes temas constituem questões centrais de reflexão da Media & Jornalismo: Jornalismo, sociedade e democracia; media e identidades sociais; história e transformações nos meios de comunicação social; ética da comunicação e deontologia do jornalismo; economia e política dos meios de comunicação social; modos e estratégias da comunicação política e estratégica; tecnologias de informação e inovação nos media e no jornalismo; novas formas mediáticas de comunicação; jornalistas como comunidade interpretativa; literacias digitais e transmediáticas; pluralismo mediático e práticas digitais.

MEDIA & JORNALISMO JOURNAL

Media & Journalism is a pioneering scientific journal in Portugal in the field of media studies and journalism. The first issue was published in 2002 by the then CIMJ - Centro de Investigação Media & Jornalismo// Center for Research Media & Journalism, tackling a "diversity of the themes of its articles, methodologies and reflections" and being "a space that promotes qualified discussion, not only in the academic community, but also among all those interested in the media and journalism in contemporary societies." The magazine is currently published by ICNOVA - NOVA Communication Institute, which has since merged with CIMJ. The journal is still published twice a year (April and October of each year), and is indexed in SCOPUS, Scielo and DOAJ databases, and it follows a rigorous scientific arbitration procedures. Moreover, all of its content is openly accessible and free of charge.

Media & Journalism publishes top academic research and is a space for qualified discussions aimed at elucidating the social and political dynamics prompted by media and journalism in contemporary society. The reflections contribute to a more profound and critical knowledge of the various factors, time periods and impacts of the complex phenomena of communication. It seeks to bring together a variety of issues and approaches, from history to sociology, from law to economics, from practices, to technologies and uses, and constitutes an element of reflection and debate within a vast community looking at the peculiaries of the fields of media and journalism.

Focus and Scope

Media & Journalism accepts original articles based on empirical and qualitative methodologies. We especially seek research that contributes decisively and innovatively to developing new methods of analysis, applying theoretical models of empirical investigation, discussing and applying heuristic concepts, identifying and analyzing emerging phenomena in the media field, while critically reflecting on the communicational and technological dynamics of contemporary society and launching new interpretations of media history.

Articles, book reviews and interviews from the full range of communication sciences are accepted for submission with particular emphasis on media studies and journalism. Issues of particular interest to Media & Journalism include: journalism, society and democracy; media and social identities; media history and transformation; communication and journalism ethics; media economics and politics; modes and strategies of political and strategic communication; information technologies and innovation in the media and journalism; new media forms of communication; journalists as an interpretive community; digital and transmedia literacy; and media pluralism and digital practice. The accepted articles constitute the central section of the magazine, with a topic that serves as the title to each issue. Co-editors can be chosen by invitation or via a periodic call system.

Diretora | Journal Editor
Marisa Torres da Silva | mts@fcsh.unl.pt
Universidade NOVA de Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas;
Instituto de Comunicação da NOVA, Portugal

Diretoras Adjuntas | Associate Editors
Carla Baptista | carlamariabaptista@gmail.com
Universidade NOVA de Lisboa. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas;
Instituto de Comunicação da NOVA, Portugal
Filipa Subtil | fsubtil@escs.ipl.pt
Instituto Politécnico de Lisboa, Universidade NOVA de Lisboa. Escola Superior de Comunicação Social; Instituto de Comunicação da NOVA, Portugal

Conselho Editorial Internacional / International Editorial Board
Alberto Pena Rodriguez | alberto@uvigo.es
Universidade de Vigo, Espanha
Amanda Alencar | pazalencar@eshcc.eur.nl
Erasmus University Rotterdam, Países Baixos
Andra Siibak | andras@ut.ee
University of Tartu, Estonia
Barbie Zelizer | bzelizer@asc.upenn.edu
Annenberg School of Communication, EUA
Chris Peters | cpeters@ruc.dk
Roskilde University, Dinamarca/Denmark
Daniel Hallin | dhallin@ucsd.edu
University of California, EUA
Eduardo Meditsch | emeditsch@uol.com.br
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil
Giovanna Mascheroni | (Università Cattolica del Sacro Cuore, Itália)
giovanna.mascheroni@unicatt.it
Igor Sacramento | igorsacramento@gmail.com
Fundação Oswaldo Cruz e Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil
Jannie Møller Hartley | jath@ruc.dk
Roskilde University, Dinamarca
Joke Bauwens | Joke.Bauwens@vub.be
Vrije Universiteit Brussel, Bélgica
Jose Ignacio Aguaded | aguaded@uhu.es
Universidad de Huelva, Espanha
Laura Ahva | laura.ahva@tuni.fi
Tampere University, Finlândia
Leslie Haddon | L.G.Haddon@lse.ac.uk
London School of Economics and Political Science, Reino Unido
Marcel Broersma | m.j.broersma@rug.nl
University of Groningen, Países Baixos
Mark Deuze | M.J.P.Deuze@uva.nl
University of Amsterdam, Países Baixos
Patricio Cabello | patricio.cabello@ie.uchile.cl
Universidad de Chile, Peru
Peter Golding | peter.golding@northumbria.ac.uk
Northumbria University, Reino Unido

Rafael Tranche | tranche@ccinf.ucm.es
Universidad Complutense de Madrid, Espanha
Santiago Tejedor Calvo | Santiago.Tejedor@uab.cat
Universitat Autònoma de Barcelona, Espanha
Seth Lewis | sclewis@uoregon.edu
University of Oregon, EUA/USA
Stephen Cushion | CushionSA@cardiff.ac.uk
Cardiff University, Reino Unido
Thomas Hanitzsch | hanitzsch@ifkw.lmu.de
LMU Munich, Alemanha
Todd Graham | T.Graham@leeds.ac.uk
University of Leeds, Reino Unido
Tristan Matterlart | tristan.mattelart@u-paris2.fr
Université Paris 2, França

Comissão de Redação | Editorial Commission
Ana Cabrera | cabrera.anacabrera@gmail.com
Universidade Nova de Lisboa. IHC, Portugal
Ana Jorge | ana.jorge@ulusofona.pt
Universidade Católica Portuguesa, Portugal
Anabela Sousa Lopes | lopes.anabela@netc.pt
Instituto Politécnico de Lisboa. Escola Superior de Comunicação Social, Portugal
António Granado | agranado@fcsh.unl.pt
Universidade NOVA de Lisboa. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Portugal
Carla Baptista | carlamariabaptista@gmail.com
Universidade NOVA de Lisboa. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Portugal
Carla Martins | carla.martins@erc.pt
Universidade Lusófona, Portugal
Carlos Camponez | carlos.camponez@fl.uc.pt
Universidade de Coimbra, Faculdade de Letras, Portugal
Isabel Ferin | barone.ferin@gmail.com
Universidade de Coimbra, Faculdade de Letras, Portugal
Fernando Correia | fernando.antonio.correia@gmail.com
Universidade Lusófona, Portugal
João Carlos Correia | jcorreia@ubi.pt
Universidade da Beira Interior, Portugal
João Pissarra Esteves | jj.esteves@fcsh.unl.pt
Universidade NOVA de Lisboa. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Portugal
Jorge Pedro Sousa | jorgepedrosousa@gmail.com
Universidade Fernando Pessoa. Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, Portugal
Lídia Marôpo | lidiamaropo@gmail.com
Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
Maria João Silveirinha | mjsilveirinha@gmail.com
Universidade de Coimbra, Faculdade de Letras, Portugal
Hélder Bastos bastos.helder@gmail.com
Universidade do Porto. Faculdade de Letras, Portugal
Maria José Brites | britesmariajose@gmail.com
Universidade Lusófona do Porto, Portugal
Rita Figueiras | ritafigueiras@fch.lisboa.ucp.pt
Universidade Católica Portuguesa, Faculdade de Ciências Humanas, Portugal

Rogério Santos | rogerio.santos@netcabo.pt
Universidade Católica Portuguesa, Faculdade de Ciências Humanas, Portugal

Coordenação da Edição Online | Coordination of the Online Edition
Patrícia Contreiras | patriciacontreiras@fcsh.unl.pt
Instituto de Comunicação da Nova, Portugal

Arbitragem Científica deste Número | Scientific Review of This Number
Ana Viseu | ana@anaviseu.org
Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação (IADE) -
Universidade Europeia. ICNOVA. Portugal
Berta García Orosa | berta.garcia@usc.es
Universidade de Santiago de Compostela. Espanha
Carla Baptista| carla.baptista@fcsh.unl.pt
Universidade NOVA de Lisboa. ICNOVA. Portugal
Fermín Galindo Arranz | fermin.galindo@usc.es
Universidade de Santiago de Compostela. Espanha
Filipa Subtil | fsubtil@escs.ipl.pt
Instituto Politécnico de Lisboa. Escola Superior de Comunicação Social. ICNOVA. Portugal
Isabel Ferin Cunha | barone.ferin@gmail.com
Universidade de Coimbra. ICNOVA. Portugal
João Miranda | jmiranda@uc.pt
Universidade de Coimbra. CEIS20. Portugal
Jorge Vieira | Jorge_Vieira@iscte-iul.pt
ISCTE-IUL, CIES-IUL. OberCom. Portugal
José Luís Garcia | jlgarcia@ics.ulisboa.pt
Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa (ICS/UL). Portugal
Leonarda Garcia | leonardagj@um.es
Universidad de Murcia, Espanha
Colorado State University. USA
Marcel Broersma | m.j.broersma@rug.nl
University of Groningen. Holanda
Maria José Mata | mmata@escs.ipl.pt
Instituto Politécnico de Lisboa. Escola Superior de Comunicação Social. ICNOVA. Portugal
Marisa Torres da Silva | mts@fcsh.unl.pt
Universidade NOVA de Lisboa. ICNOVA. Portugal
Paulo Nuno Vicente | pnvicente@gmail.com
Universidade NOVA de Lisboa. ICNOVA. Portugal
Pedro Jerónimo | pj@ubi.pt
Labcom. Universidade da Beira Interior. Portugal
Ricardo Morais | ricardo.morais@labcom.ubi.pt
Universidade da Beira Interior. LabCom. Portugal
Tiago Lapa | Tiago.Jose.Silva@iscte-iul.pt
ISCTE-IUL. CIES-IUL. Portugal
Tiago Lima Quintanilha | tiagoquintanilha@fcsh.unl.pt
ICNOVA. Portugal
Zara Pinto-Coelho | zara@ics.uminho.pt
Universidade do Minho, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Portugal

Índice/Index

Apresentação. Media & Jornalismo: 20 anos
Marisa Torres da Silva, Carla Baptista, Filipa Subtil, Tiago Lima Quintanilha e Alberto Pena Rodríguez 9

Artigos | Articles

A commentary: communication, democracy and social change in crisis times - Disrupting power, dismantling injustices
Comentário: comunicação, democracia e mudança social em tempos de crise – desestabilizar os poderes, desmontar injustiças
Natalie Fenton 21

Remembering two friends, reexploring two books. *Personal influence & Media events*
Lembrando dois amigos, revisitando dois livros: *Personal influence & Media events*
Daniel Dayan 41

Quando Mário Mesquita entrevistou Elihu Katz
When Mário Mesquita interviewed Elihu Katz
Telmo Gonçalves 59

A commentary: Who's looking out for journalists?
Comentário: Quem toma conta dos jornalistas?
Valérie Bélair-Gagnon and Avery E. Holton 75

Assédio e hostilidade online contra jornalistas: dimensões experienciais e de género
Online harassment and hostility against journalists: experiential and gender dimensions
Maria João Silveirinha, Susana Sampaio-Dias, João Miranda, Bibiana Garcez e Bruno Dias 83

What is (automated) news? A content analysis of algorithm-written news articles
O que são notícias (automatizadas)? Uma análise de conteúdo de artigos noticiosos redigidos por algoritmos
Edson C. Tandoc Jr., Shangyuan Wu, Jessica Tan and Sofia Tan Contreras 103

News content analyses in the 21st century: A structured literature review
Notícias e análises de conteúdo no século XXI: uma revisão de literatura estruturada
Jonathan Hendrickx and Michael Pakvis 121

Desafiando imaginários: práticas mediadas de jovens adultos em aplicações móveis
Challenging imaginaries: young adults' mediated practices in mobile applications
Inês Amaral, Ana Marta Flores e Eduardo Antunes 141

Confiança e uso dos media na União Europeia:
determinantes socio-mediáticas da confiança nas autoridades locais e regionais
Trust and media use in the European Union:
socio-media determinants of trust in local and regional authorities
João Carlos Sousa e Ana Pinto Martinho 161

Varia | Varia

Para além das erratas: implicações democráticas da crítica do ombudsman de imprensa nos jornais Correio da Paraíba, Folha de S. Paulo e O Povo nos anos 1995 e 2019
Beyond correction: democratic implications of press ombudsman's criticism from newspapers Correio da Paraíba, Folha de S. Paulo and O Povo in 1995 and 2019
Juliana de Amorim Rosas 181

Recensão | Review

Hart, Roderick (2020). *Trump and us:*
***What he says and why people listen.* Cambridge University Press**
Estrela Serrano 203

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 caraterísticas 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 frutuosos 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 desvaneçam 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 científica[1];
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: Facultade de Ciencias Sociais e da Comunicación, Campus de A Xunqueira s/n, 36005 Pontevedra, Espanha

(Página deixada propositadamente em branco)

Artigos | Articles

(Página deixada propositadamente em branco)

A commentary: Communication, democracy and social change in crisis times – Disrupting power, dismantling injustices

Comentário: comunicação, democracia e mudança social em tempos de crise – desestabilizar os poderes, desmontar injustiças

https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_1

Natalie Fenton
Goldsmiths University of London, UK
n.fenton@gold.ac.uk

Submitted: 2022/04/30 | Accepted: 2022/08/29
Submetido: 2022/04/30 | Aceite: 2022/08/29

Abstract

This commentary reflects on what the actual conditions for a democratic politics might mean for media and communication scholars, as we try to make sense of the structures and nature of communication, the conditions of democracies around the world and the possibilities for social change in these crisis times. To do so will require that we focus on *relations of power* – the exercise of power as dominance as well as the potential of the constitutive power of subjects as free agents. Power as dominance leads us to interrogate the structural imbrication of injustices in a broader social, political and economic context in order to understand what might be done not only to disrupt power but to dismantle injustices.

Keywords

advanced capitalism, democracy, media and communication, social change

Resumo

Este comentário reflete sobre as condições reais para uma política democrática e o que isso significa para os estudos dos *media* e da comunicação quando tentamos dar sentido às estruturas e à natureza da comunicação, às condições das democracias em todo o mundo e às possibilidades de mudança social em tempos de crise. Para tal, será necessário que nos concentremos nas *relações de poder* – quer no exercício de poder como domínio, quer no potencial do poder constitutivo dos sujeitos enquanto agentes livres. O poder enquanto domínio leva-nos a interrogar a imbricação estrutural das injustiças num contexto social, político e económico mais amplo, a fim de compreender o que poderia ser feito não só para desestabilizar o poder, mas também para desmantelar injustiças.

Palavras-chave

capitalismo avançado, democracia, *media* e comunicação, mudança social

Introduction

As this journal celebrates 20 years of publication, I cannot remember in my lifetime a more politically difficult or politically urgent moment than we are in now. We face an unprecedented constellation of global crises.

The UK has left the European Union (in the name of sovereignty). Established political parties have been shaken as new ones have emerged and won power in France and Italy. The far-right has established leaders with Bolsonaro still in power in Brazil, Erdogan still President of Turkey and Oban re-elected in Hungary. In Sweden the far-right Sweden Democrats party now hold a crucial role in a right-wing coalition government. Neo-fascist political groups continue to gain in popularity across the US and Europe.

Across many so-called (neo)liberal democracies, broken party political manifesto pledges have become the norm. And where political lies and corruption, misinformation and illegality have always been part of the dark underbelly of political life – in the era of Donald Trump and Boris Johnson (as the most obvious examples of recent political leaders of liberal democratic states) they have now become an explicit part of political strategy. In such circumstances, liberal democracy may have very little by way of democratic character left.

Meanwhile, as of August 2022, the global pandemic has left us with over 6.4m people dead across the globe. And is still with us, despite many leaders claiming normality. Neoliberal forces have exploited the chaos of the pandemic and emerged even stronger as a result of further bail-outs for asset-holders and additional benefits for opportunistic corporations.

There are multiple ongoing wars and conflicts around the world with the head of the United Nations, António Guterres, saying that one quarter of humanity – 2 billion people – are living in conflict areas today. The world now faces the highest number of violent conflicts since the end of World War II in 1945. Russia's invasion of Ukraine is the latest war to shake the world impacting on food, fuel and fertiliser prices that hit the poorest countries the hardest. The U.N. estimates that in 2022 at least 271 million people will need humanitarian assistance. Guterres stated "the flames of conflict are fuelled by inequality, deprivation and underfunded systems" that must be addressed urgently (Associated Press, 2022).

And the latest intergovernmental panel on climate change (IPPC, 2022) notes that climate breakdown is accelerating rapidly, that many of the impacts will be more severe than predicted and there is only a narrow chance left of avoiding its worst ravages. Hans-Otto Pörtner, a co-chair of working group 2 of the IPCC has said "[a]ny further delay in concerted global action will miss a brief and rapidly closing window to secure a liveable future" (IPPC, 2022). Yet concerted global action appears a long way off.

Now, as Jameson (2003, p. 76) once said, "it is easier to imagine the end of the world than it is to imagine the end of capitalism".

In these circumstances, media and communication studies has never been more relevant as a discipline just as the practices and institutions that it interrogates have never been more central to the conduct of political and social life. Trends, so readily tossed around by commentators, policymakers and politicians – from the emergence of 'post-truth' to the circulation of 'fake news' and from the ubiquity of political marketing to the importance of data mining – are seen to shape social and political landscapes as never before. The idea and practice of the social and the political is endlessly *narrated*, *mediated*, *affected*, *imagined* and *technologised*.

Yet I am increasingly struck by the fact that there are so few attempts to offer a critique of the breadth and depth of the current crises we are going through to answer the broader questions of *why* we are in this current social, political, and economic conjuncture? If we cannot begin to explain *why we are where we are*, then we cannot understand or contribute to social change.

And there is the persistent danger in the fields of media and communications that we oversimplify by submitting to the lure of technology as it seduces the reach of our analyses and we become entranced by the platforms, actors and rituals that we seek to evaluate. So, we elevate media logics above often more fundamental (and less visible) conflicts concerning power relations and resource distribution and end up defining power in relation to the management, regulation and strategic use of symbolic spaces rather than broader political economic systems. And we run the risk of fetishizing the communicative as we turn to technological solutionism and further entrench the problems we are seeking to counter.

Part of the draw towards technology is that technological change is often associated with social change. This assumed relationality encourages us to think about how technology enabled processes and practices enhance or restrain citizen participation and civic agency. How technical affordances of particular platforms lend themselves to citizen engagement or not. How algorithms govern and automate decision making to the detriment of democratic principles. In a datafied society, these focus mostly on issues of privacy, data use and surveillance – concerns that became ever more vital during the global pandemic when so many had to rely heavily on digital communications for education, work, social life and healthcare.

With the experience of home-working, quarantine and self-isolation, the importance of our digital connections for participation (of any kind) was thrust centre stage, as well as the global, national and local inequalities that the lack of digital connection exposes. This has further revealed the paucity of and problems with the sorts of participatory engagement digital lives so often bring. But focussing on this assumes that the solutions are also digital – and this mostly translates into more and better regulation – tweaking and taming of the tech giants rather than reimagining what a transformative media world might be.

Problems of civic participation in mediated worlds – so important for this thing called democracy – have a long history as does investment of hope in new technologies to offer up emancipatory possibilities. To interrogate these approaches requires a deep contextualisation that can take account of political and socio-economic factors and the material consequences of inequality alongside a conceptualisation of power and powerlessness to tackle the multiple questions that arise:

What does it mean to participate in society as political subjects? Who is allowed to be a citizen and who is not? What types of social and political agency are recognised as relevant or credible? And ultimately, if a healthy functioning democracy is our end point, what sort of democracy are we aiming for?

Each of these large and enduring problems focuses on the key issue of social change and who has the power to bring it about? Who can intervene in and influence

the various types and forms of governance and control and for whose benefit? This is not *just* a question of who is able to exercise individual autonomy in the digital age but extends to the very possibility for social change: the forms of deliberation available to us, mutual recognition of personhood and the social fabric of trust: the actual conditions for a democratic politics of any type.

This commentary reflects on what this might mean for media and communication scholars as we try to make sense of the structures and nature of communication, the conditions of democracies around the world and the possibilities for social change in these crisis times. To do so will require that we focus on *relations of power* – the exercise of power as dominance as well as the potential of the constitutive power of subjects as free agents. Power as dominance leads us to interrogate the structural imbrication of injustices in a broader social, political and economic context in order to understand what might be done not only to disrupt power but to dismantle injustices.

Structural and infrastructural exclusions

If we want to answer the question of how we can better intervene in society and who has the power to bring about social change then we have to first answer the question of why certain citizens and forms of civil society are largely excluded. Some responses to this question, such as enduring levels of economic inequality, can be considered meta-analytical issues that re-occur in social, economic, political and technological domains and are likely to be relevant in all (neo)liberal democracies although will differ in detail in each. Others are deemed to be more infra-structural forms of exclusion that support the (non)participatory apparatuses of particular states/jurisdictions such as legal frameworks of constraint and repression. Both underpin forms of civic participation and means of exclusion and are interwoven with media and communicative practices.

Increased levels of economic inequality

Inequality makes certain political subjects less visible and excludes others altogether. Numerous analyses show how inequality damages our societies, our economies and our democratic systems. Inequality is a form of political evacuation – it pushes people out of the possibilities of political participation. The World Inequality Lab (Chancel et al., 2022) brings together the work of more than 100 researchers around the world – it shows the richest 10 per cent of the global population currently hold 76 per cent of global wealth compared to a 2 per cent share for the poorest half. Since wealth is a major source of future economic gains, and of power and influence, this signals further increases in inequality to come. At the heart of this explosion is the extreme concentration of economic power in the hands of a very small minority of the super-rich. The top 1 per cent is growing much faster than the rest: between 1995 and 2021, the top 1 per cent captured 38 per cent of the global increment in wealth. The share of wealth owned by the global top 0.1 per cent rose from 7 per cent to 11 per cent over that period as global billionaire wealth soared (Chancel et al., 2022).

Inequality is always a political choice, it is not inevitable. Income and wealth inequalities have been on the rise nearly everywhere since the 1980s, following a series of deregulation and liberalization programs which took different forms in different countries. Certain countries have experienced spectacular increases in inequality (including the US, Russia and India) while others (many European countries and China) have experienced relatively smaller rises. Over the past 40 years nations have become richer but governments have become significantly poorer. Private wealth has grown but the share of wealth held by public actors is close to zero or even negative in rich countries. In the UK public wealth dropped from 60 per cent of national income in 1970 to minus 106 per cent in 2020 – with huge implications for state capacities to tackle inequality (Chancel et al., 2022).

Economic inequality is structurally inbuilt into societies. If we look at the digital landscape, we can detect a direct relationship between the practices of unequal capital accumulation and the politics of data, metrics and social media. The business model of our digital oligopolies concentrates economic and technological power. Currently the kings of capitalism are the digital giants – Facebook/Meta, Alphabet (the parent company of Google), Amazon and Apple. If we add Microsoft to this list then together they have a combined annual revenue larger than the GDP of 90 per cent of the world's countries (Lawrence and Laybourn-Langton, 2019). Jeff Bezos, the founder and owner of Amazon, is the richest person in history, with his net wealth increasing by $400 million a day in 2018. During the course of the pandemic the share value of Microsoft, Apple, Amazon and Facebook reached 20 per cent of that of the 500 largest US corporations, which enriched their chief executives by tens of billions of dollars as the rest of the economy collapsed (Blakeley, 2021). Facebook, as Vaidhyanathan (2018) argues, is both a "pleasure machine" and a "surveillance machine", a "protest machine" and a "disinformation machine" that is structurally fixated on hoovering up personal data and circulating content no matter its accuracy or consequence. Together with Google, it accounted for just over 68 per cent of all digital advertising in the UK and 52 per cent in the US in 2021. Google alone earns more from advertising than the ad revenue of China and the UK combined; indeed, Google's ad revenue is larger than that of any ad market in the world with the exception of the US (Richter, 2019). We are truly in an age of "digital dominance" manifested by growing public concern with "user autonomy, user agency and the power of platforms to impact the decision-making of consumers and citizens through profiling, information control, and behavioural nudges" (Moore and Tambini, 2018, p. 398).

The marketized property relations that transform communicative goods and services into commodities for private gain diminishes their democratic value and contributes to rising inequality.

Information and technology inequalities

Ofcom research (2021) shows that 6 per cent of the UK population still does not have access to the internet at home (over 4 million people). This rises to 11 per cent of those in lower socio-economic households. In Portugal in the same year, OECD data notes some 13 per cent did not have access to the internet. In the US nearly 30

per cent of the poorest households (with an income under $30,000 a year) don't own a smartphone (Pew Research Centre, 2019), leading to what Peter Golding (2017, p. 4313) terms a "citizen detriment": a form of harm caused by economic inequality and the resulting lower levels of disposable income that prevent poorer communities from securing access to a healthy diet of information services. Digital exclusion extends to all areas of life – access to work, quality of education, availability of healthcare, costs of goods and services and the ability to connect with loved ones as well as voice, information and political participation (Trappel, 2019). All of these exclusions also correlate to intersectional issues of race, social class, gender and disability.

Political power, privilege and influence of an executive elite

At the other end of the scale, Davis et al. (2020) notes the increasing power of a growing executive elite whose influence is often deliberately hidden from view, and situated outside of the public sphere through private networks and communication channels that are invisible to most but exert influence through appointments to board positions, committees and quangos to push the agenda in their favour. During the pandemic, these privileges came to the fore in the UK when British politicians scrambled to procure the necessary personal protective equipment (PPE), ventilators and Covid-19 tests to deal with the virus. *The New York Times* analysed 1,200 UK government contracts worth $22 billion, 50 per cent of which went to companies either run by friends and associates in the ruling Conservative Party or to those with no prior experience or a history of controversy (from tax evasion and fraud to corruption and human rights abuses). About $5 billion went to politically connected companies. Some had former minister and government advisers on staff other were Conservative Party donors. During the procurement process, the government created a 'VIP lane' for favoured companies endorsed by officials or politicians which became ten times more likely to win contracts than those outside that group according to the National Audit Office (NAO, 2020). These firms made extraordinary profits – one (connected to a Conservative peer) making £76m for PPE that was deemed unsafe and unusable.

The extended power of a growing executive elite favours a policy environment of "corporate libertarianism" (Pickard, 2014) where global corporations are given relative freedom to do as they please by governments who fiercely defend capitalist interests because, on the whole, capital is where their own interests lie. And so we can point to the roles of Fox news in the US in mobilising support for Donald Trump, of Globo in amplifying the insurgent voice of Brazilian President Bolsonaro, and the UK's tabloid newspapers in constantly urging their readers to 'BeLeave in Britain' ahead of the referendum on EU membership. Traditional news outlets are far from diminished in the digital age, rather they are leveraging their influence into the online world resulting in "a *shared* dominance of digital agendas by a relatively small number of institutional megaphones, be they platform monopolies, aggregators, or major conventional news organizations" (Schlosberg, 2018, p. 209).

In the UK, levels of concentration of press power continue to increase. In 2015 three companies controlled 71 per cent of national newspaper readership; by the end of 2021, the same three companies – Rupert Murdoch's News UK, DMG Media

(publisher of the *Mail* titles) and Reach (publisher of the *Mirror* titles) accounted for 90 per cent of the national audience (Media Reform Coalition, 2021). By themselves, News UK and DMG, strong supporters of the Conservative Party and purveyors of anti-immigrant and anti-welfarist agendas, dominate over 70 per cent of the market share of national newspapers. Despite drops in circulation of their leading daily titles of approximately 25 per cent since 2015, they continue to have a prominent presence in online spaces where the *Sun* and *Daily Mail* alone account for nearly 38 per cent of total daily offline and online UK news brand reach (Media Reform Coalition, 2021). This guarantees them continuing attention from politicians and from broadcasters.

These trends point towards the challenge of a renewed executive power where elite groups deploy their resources – their access to capital, their political influence and their ideological congruence – to dominate and dictate the terms of contemporary media and tech systems. Whether this is in the form of tax-avoiding corporations and offshore billionaires; data brokers and infrastructure empires; market-friendly politicians and captive regulators – the end result is the increasing concentration of power and influence in ever fewer hands.

The increasing power of elites has not gone unnoticed. People feel increasingly ignored and are ever more aware that elite and corporate power often occurs behind our backs (Crouch, 2011). So it should come as no surprise that there is also a crisis of trust in institutions and particularly in the government, with 53 per cent of people in the UK saying that government leaders are purposely trying to mislead them (Edelman, 2021) in a political economy of lies. People are fully aware that their consent is now only needed in particular circumstances and even then it can be distorted by media and tech systems designed to maximize corporate profit rather than serve the public interest – systems that have been shown to exist in a sordid entanglement with political power and used for political advantage (Fenton et al, 2020). Social media, from formerly being seen as the answer to all democratic ills (Curran et al, 2016), is now subject to growing scrutiny relating to echo chambers (Sunstein, 2018), online influencers (Abramowitz, 2017), covert advertising and revelations of the role algorithms play in our daily decision-making as well as in democratic processes (Tucker et al, 2018). Edelman (2021) reports that trust in all news sources in the UK are at record lows with social media as a source of news now only trusted by 19 per cent of the population.

Legislative frameworks of constraint and repression

In a context of decreasing trust in governments and politicians as well as our systems of information and news provision, it is often claimed that the arena of civil society increases in importance. Contrary to frequently cited assumptions regarding the expansion of voice in the digital age *both* political agency *and* digital voice have shrunk in recent years for civil society groups and organisations. When we look closely at political agency in civil society, there is clear evidence that in the UK civil society has become *less* able to play an active role in democratic processes over the past decade as digital tools have multiplied. Civil society has seen a deliberate hollowing out of its ability to 'be political'. This has included legislation such as the Lobbying

Act which has had a 'chilling effect' on civil society campaigning (SMK, 2018) and New Grants Standards which have restricted recipients of public money if they engage in 'advocacy'.

These policy restrictions on civil society's ability to intervene are being further aggravated by new powers for the police over protests, and new sentences for serious crimes in the controversial new *Police, Crime, Sentencing and Courts Bill 2022*. The Bill adds to already increased restrictions on the right to protest and call strike action. The National Council for Voluntary Organisations (NCVO et al., 2021) and other civil society groups opposed the additional restrictions to the right to protest and measures that target Gypsy, Roma and Traveller communities in particular, stating that the expansive policing and sentencing powers further entrench racial disparity in the criminal justice system. The Bill is able to impose a start and finish time to static protests, set noise limits and apply these rules to a demonstration of just one person. It makes it an offence to "intentionally or recklessly cause public nuisance" a move designed to stop people occupying public spaces, blocking roads or employing other noisy and "annoying" tactics to get their voice heard.

Big data and digital surveillance technologies lend false justification to these frameworks of constraint that further disguise and cover over structural inequalities that are heavily racialised and discriminatory. Policy design by big data drives discriminatory practices – whose data is used to inform what political and policy decisions impacts directly on institutional strategies and policy decisions of governments and authorities. Research points to how software analyses of large sets of crime data are used for predictive policing to forecast where crime is likely to occur perpetuating a vicious cycle of excessive surveillance and scrutiny in non-white, poorer neighbourhoods (O'Neil, 2016) that is often strikingly unreliable and reinforces discriminatory policing practices (Angwin et al., 2016). Chun notes (2019, p. 66) that "algorithms perpetuate the discrimination they 'find' – they are not simply descriptive but also prescriptive and performative in all senses of that word".

Patterns of discrimination have of course been with us since long before the internet and data analytics. Structural inequalities have always been necessary for capital accumulation. In today's digital age this not only continues but intensifies through racially encoded algorithms that determine people's 'worthiness' (to access anything from a new job to a home loan) and entrench status differentials. Milner and Raub (2021, p. 1) refer to this as "data capitalism and algorithmic racism".

The structural relation between financialized human capital, racism and oppression renders fear, insecurity and anxiety that also in turn exacerbates racism and sexism and feeds the swell of far-right white supremacist movements that are resurgent in so many of the countries that make up capitalism's historic core. Finlayson argues that while contradictory and conflicting positions have emerged across the Alt-right (from conservatism through to ethnonationalism and libertarianism), these are united in opposition to liberal ideas of the state. In particular, what unifies the Alt-right is a belief in the value of inequality. Finlayson explains: "inequality is a core concept, understood as a natural phenomenon, scientifically verified and the necessary basis of civil order, essential to the maintenance of individual freedom, economic stability and cultural coherence" (Finlayson, 2021, p. 172). Such views are consistent with those of Hayek, who was openly critical of the attempts by welfarist states to equalize natural

differences between individuals, but Finalyson observes that contemporary forms of right-wing populism go further than this as they advance "a broad-based challenge to the technocratic politics of third-way neoliberalism and globalization" and demand "yet greater marketization of ideas and ideologies, culture and consciousness" (Finlayson, 2021, p. 177) in a blend of radical conservatism and libertarianism. The "ideological entrepreneurs" of the Alt-right put their faith in the market to reveal the true capacity of individuals and the natural inequalities of talent. In this manner the concept of social justice is dismissed entirely as a lie borne of left-wing conspiracy.

The anti-equality offensive functions in perfect tandem with the social media economy of clickbait advertising because the more gratuitously extremist and pugnacious the postings are the more they will provoke outraged reactions and the more the audience grows. To optimise performance, platforms have encouraged advertisers to group together related audiences to create affectively charged clusters who are encouraged to take the clickbait through a focus on their divisive views. Propublica's 2017 investigation into Facebook revealed how Facebook's self-service ad-buying platform encouraged reporters to increase their ad's target audience size by generating outrage, suggesting that they added "How to burn Jews" and "Second Amendment" to "Jew Hater". Facebook's algorithm generates its ad categories automatically based on what users explicitly share with Facebook and what they implicitly convey through their online activity (Chun and Barnett, 2021). Hate has become profitable (Angwin, Varner and Tobin, 2017). Buzzfeed News reported that Google prompted them to run ads specifically targeted to people typing racist and bigoted terms into its search bar and suggested additional racist terms to extend the ads reach like "black people ruin neighbourhoods" (Kantrowitz, 2017).

Undoubtedly, in the debate above I have cherry-picked examples that reveal the structural limitations of intervening as citizens into decision making to enable social change. These examples do *not* all correlate perfectly or fit together snugly to reveal a capitalist conspiracy designed to hold back the angry masses. But they do challenge us to confront a political-economic context that has been ordered to serve capital accumulation of the few, has created more inequality and more discrimination and to pay attention to where dissenting voices are disciplined within a repressive regulatory framework in structures that are systemically racist and heteropatriarchal. It brings to the fore fundamental questions of concentration and consolidation of power and control driven by (data) capitalism.

What would it mean to democratize the datafied society, disrupt power and dismantle injustices?

The above discussion puts many of the problems of advanced capitalism front and centre of its analysis. It indicates that a democratic future that can disrupt vested power interests and dismantle injustices requires a disentanglement of the state and civil society from market entrenchment and a harnessing of our media and data for the public good and in public ownership rather than for private gain and profit. This will require not just alternative strategies and policies but also an alternative politics that begins from a concern with the problems a capitalist economy has left us

with: burgeoning inequality, precarity and poverty; global warming and the biospheric damage from a dominant economic system predicated on endless consumption and growth that concentrates economic and political power in the hands of the few.

If we accept that persistent levels of economic inequality is a meta-analytical issue traceable across social, economic, political and technological domains with extensive consequences for democracy then we must acknowledge that to change this direction of travel requires addressing means of redistribution (of power and wealth) as well as tackling means of equal recognition (for democratic politics to take place). It requires political and economic alternatives that are just and inclusive, ecologically wise and socially regenerative, shifting economic and political power back to communities and public democratic institutions. In other words, conceiving of a datafied society that supports a newly imagined democratic political economy means conceiving of a world not simply post-Covid but post-capitalism – a different kind of media and tech industry as a fundamental feature of a different kind of social system (Fenton et al., 2020). This is no mean feat.

Building on the work of Nancy Fraser (Fraser and Jaeggi, 2018) and the Media Reform Coalition's *Manifesto for a People's Media* (Media Reform Coalition, 2021a; Fenton et al., 2020), I have tried to envisage what a politics of redistribution and recognition might mean for media/data justice to be realised hinging these prospects around three core principles. To be truly transformational, all three principles must be met:

1. Structural socio-economic parity

This speaks to Fraser's intervention on the importance of "non-domination" and refers to both external structural factors relating to the broader environment that the tech industry functions within and to internal structural factors relating to the workforce and working practices of the organizations themselves. The principle of structural socio-economic parity clearly runs counter to concentration of media and tech ownership including the fact that tech giants are now the largest oligopolies the world has ever seen. Structural change must confront and dismantle these forms of power to include both large scale forms of governance and localized forms of production and collective management.

Ownership matters but dismantling and limiting concentration of media ownership only takes us so far. It may relax the stranglehold of power that certain tech corporations exert but it does not necessarily alter the neoliberal nature of the system they operate within. So it is crucial to enable, support and sustain forms of media and tech ownership that are *not for profit* and *fully independent of commercial pressures and government preferences*, are organised co-operatively and democratically and are responsive to the needs of the communities they serve rather than at the behest of the market. The principle here is for new models of ownership, fully responsive and accountable to the needs of the communities they serve, that redistribute and circulate wealth rather than extract it.

In a context in which mainstream media industries are largely bastions of privilege for political and economic elites and operate with fierce hierarchies resistant to change, publicly-owned media organizations may appear to be a viable solution. For

example, public service media such as the BBC are often seen as the best redress for a contemporary journalism marked by hyperpartisanship and hypercommercialism with the ability to offer journalism independent of the state or market, inclusive of diverse voices and with space for more critical coverage. But, as Freedman (2018, p. 206) argues, the BBC "is a compromised version of a potentially noble ideal: far too implicated in and attached to existing elite networks of power to be able to offer an effective challenge to them". Despite its claims to be impartial and independent, the BBC has always sided with the elite and been in thrall to those in power. Over the last three decades, the BBC's independence has been steadily eroded and its programme-making increasingly commercialised (Fenton et al., 2020). Severe funding cuts, particularly in recent years, have also caused the BBC's editorial culture to become more conservative and risk-averse. Mills (2016) and the Media Reform Coalition (2021a) argue that adequate, secure public funding that is fully independent of governmental control is the pathway to real political independence and insulation from the market-based approach that has eroded the BBC's public service ethos. Rather than returning to the top-down, statist model on which the BBC was founded, to fulfil its public service promise the BBC must become a modern, democratised public platform and network, fully representative of its audiences and completely independent.

Another relevant model of democratic ownership is the cooperative: an autonomous association of people who have come together voluntarily to meet their common economic, social and cultural needs and aspirations through a jointly-owned and democratically controlled enterprise. Cooperatives are based on values of self-responsibility, democracy, equality, equity and solidarity. As such, they aim to eschew gender, social, racial, political or religious discrimination and pursue equity through things like education and training. Cooperatives work for sustainable community development through policies approved by members. They are concerned with the nurturing of people and communities and democratic self-rule. Cooperative ownership has been argued to increase employment stability and increase productivity levels by discouraging an approach based on short-termism for shareholder return and the use of low wage labour (Davies et al., 2014). As cooperatives are collectively owned and controlled, they are also more democratic and responsive to internal demands for more egalitarian employment and working practices. There is no employer and employee but a membership of worker-owners that are no longer solely answerable to capital; rather, the idea is that capital serves the cooperative that is democratically organised and governed.

Ideas relating data to public and cooperative principles are now readily discussed by media and communications scholars: Pariser (2020) talks about building online public parks to reclaim the internet as a public space. Zuckerman (2020) has called for a "digital public infrastructure" for the widespread adoption of new public service digital media tools enabling a diversity of platforms to serve a diversity of cultures, giving communities control over governance. Both propose funding from taxing digital advertising. Murdock (2018, p. 43) proposes building a digital commons "with public service broadcasters as the central hub in an online space that would combine the holdings and expertise of established public cultural institutions with the energy and creativity of grassroots activity on the internet". Andrejevic (2013) argues for a new public service media sector for the digital age to include social media, search and other information-sorting and communication utilities. James Muldoon proposes *Platform Socialism* (2021).

In different ways, all of these seek to remove the dominance of the tech giants and their data control with a shift away from data for capital accumulation to data for the public interest. However, as Prainsack (2019, p. 3) points out, such approaches rarely tackle "categories, practices and effects of exclusion" – whether this refers to exclusion from data and information entering a digital commons; using data in the digital commons; benefitting from or participating in the governance of the digital commons. A focus on structural socio-economic parity requires not only a levelling of the playing field but a disruption of the oppressions and injustices on which the current neo-liberal order depends to build socio-economic power that is owned and governed by those who live its effects.

And so, just as structural socio-economic parity means getting rid of inequalities, it is also related to the internal plurality and power dynamics of organisations. An organisation built on the principle of socio-economic parity must recognise ways in which the media and tech industries have held certain people back – black people, old people, disabled people, working class people – and will seek to counter those forms of discrimination by taking special measures to compensate for the social and economic inequalities of unjust social structures in full recognition of the different yet connected structural conditions of class, racial and hetero-patriarchal domination. The majority of mainstream media organisations are alarmingly lacking in diversity in output and in the workforce. An increasingly casualised workforce also impacts disproportionately on those from lower income families, women, minority groups, and those with disabilities. Structural socio-economic parity would require a major power shift in the general media/tech landscape away from capital hungry commercial organisations and also in how power is shared within media/tech organisations themselves. A shift that recognizes that parity is not just an economic concern but also a social and political one too.

2. Democratic media commons

Just as structural parity in the media goes beyond plurality of media ownership so a substantively meaningful democracy goes beyond liberal versions of democracy with their emphasis on individual rights and jurisprudence to reconnect with a democratic tradition premised on equality, participation and popular sovereignty – *a democratic media commons*. In practice this will also involve a strong sense of localism and community managed resources (including local media) run sustainably with mechanisms to progress equality and to prevent anyone taking unfair advantage. This fits most comfortably with the notion of "subversive commoning" proposed by Birkinbine (2018). If we see the media as part of a shared public information and communications resource necessary for a healthy functioning democracy – a form of public utility – then we have to shift from viewing them as primarily competitive corporate entities to shared resources that can be co-owned and/or co-governed by the users and media workers according to their own rules and norms as part of the commons. This relates to physical spaces that are shared or pooled; the co-production of the resource; the means of maintaining that resource; as well as the mode of governance – how decisions are made collaboratively through collective problem-solving to distribute and use the resources (Fenton et al., 2010).

Co-operatives are democratic organisations controlled by members who jointly participate in setting policies and making decisions. Media co-ops are on the rise. The Global Newsletter for Cooperatives Active in Industry Services (CICOPA) reported that in 2017 there had been a 27 per cent increase in co-ops in the field of information and communications around the world with many emerging in response to the need to preserve pluralism, escape commercial and state pressures and ensure independent journalism. Most of these are worker cooperatives with democratic governance at their core and the majority operate in Europe. Many face issues of lack of finance, regulatory complexity, tax and administrative burdens but nonetheless are increasing in number. Part of the growth is due to the emergence of platform cooperatives where users and/or workers ultimately own and control the platforms based on principles of economic fairness, training and democratic participation in the running of online businesses (Scholz and Schneider, 2016).

In the UK, *The Bristol Cable* is changing the face of local journalism as a grassroots community-led media cooperative. It prints a free quarterly magazine with a circulation of 30,000 copies and publishes investigative and community-led journalism regularly online. It also delivers free media training equipping local people with the skills to report on issues that are important to them. It is funded by over 2,000 members, each paying a small monthly fee (who all have a say and own an equal share in the co-op), by foundation support and crowd funding. Income is also generated from advertising in the print edition regulated by an ethical advertising charter determined by members. Each year its members vote on the annual budget, the overall focus for content and who sits on the board of directors. They insist on democratic decision-making throughout the organisation. Media coops like *The Bristol Cable* are trying to figure out what workplace democracy could be in the media industry – from who gets to do what jobs, to who makes decisions on content and resource distribution.

Some of the best examples of "media commoning" today can be found within independent and community media organisations. In the UK, *Bureau Local* describe themselves as a "collaborative, investigative network revealing stories that matter to communities across the UK". They are trying to reimagine journalism as an industry that belongs to and is representative of all of us through the sharing of infrastructure that makes it easier to design and start up new journalism projects. They aim to create a new pipeline into media ownership through investing in community newsroom leaders traditionally marginalised by the media, with shared legal, operational and production support and editorial resources for the running of equitable community newsrooms that serve the public interest. In their own *Manifesto for a People's Newsroom* they state their collective promise as:

- We will report on inequality and the communities, institutions and services under pressure in the UK – those harmed, ignored and under-represented.
- We will do this by making our journalism open, inclusive and human-centred from start to finish.
- We will collaborate, co-create and share space, resources and experience with active members of a community – journalists, storytellers, experts and engaged citizens.

- We will harness data and evidence and use innovative techniques to find and tell stories so they are accessible for everyone.
- We are just one solution to the challenges facing local news and so we will focus our resources on stories where collaboration can make a difference.
- We will tell stories that matter to local people but are also part of a bigger picture in order to reveal threats to the public interest and challenge power at the highest level.
- We will do all of this to ensure that our journalism is useful to society and improves access to information – locally and nationally – on underreported issues.
- We will work to ensure that our reporting lifts off the page, and then returns to our communities – and those with power – to spark change. (Bureau Local, 2021)

3. Worker and environmental sustainability

Media institutions across the globe are facing multiple crises: of funding, trust, representation, accountability and legitimacy. In many of the countries that make-up capitalism's core, the newspaper and magazine industry is in serious decline as large digital intermediaries gobble up the majority of advertising revenue. Much of the debate about the sustainability of the news industry circulates around debates relating to this 'broken business model'. Local news in particular, is increasingly under threat. In the UK, 65 per cent of the population is no longer served by a local daily newspaper (Media Reform Coalition, 2021). To retain high levels of profitability, media corporations have closed or merged titles and cut jobs, often moving journalists long distances away from the communities they serve and no longer providing content of relevance to them. In short, a profit-driven response means they become ever more unsustainable.

However, if we shift our perspective from one of media as a source of profit to media as a resource for the public good, then the question of financial sustainability becomes a rather different one: a means to pay journalists a decent living wage in good working conditions to deliver journalism in the public interest rather than maximise shareholder profitability. *The Bristol Cable* most closely fits the description of a multi-stakeholder cooperative (MSC) whose membership includes both the workers and readers. MSCs offer a means of financial sustainability through membership payments. *The New Internationalist*, a magazine dedicated to human rights, politics and social justice, describes itself as one of the largest media cooperatives in the world. Founded in 1973 it became a workers co-op in 1992 and then an MSC in 2017. By 2019 it had over 3,600 investor members who have a say in how the magazine develops. Becoming an MSC has given it long-term financial sustainability and enabled it to do more investigative and long form journalism. *The Ferret*, based in Scotland, is also a cooperative run by its members and funded by subscriptions, donations, paid for stories or material and grants and gains its following from being democratic and having a clear public purpose.

Infrastructural support for media plurality needs to go further than simply recognising the necessity of guaranteeing citizen's access to a wide range of diverse information and debate for a flourishing democracy. To be fully sustainable we need to put

citizens at the centre of democratic media governance too. An approach based on the commons is aimed at strengthening the collective solidarity of workers and offering mutual life support to all inhabitants. A media *commons* is by definition sustainable.

Milner and Traub (2021, p. 28) note that in the US "activists and community groups are organising against geographic and economic displacement by tech companies – including opposition to public subsidies for corporations that siphon resources away from community needs, tech-driven gentrification that displaces lower-income Black and brown residents in favour of more affluent and whiter tech employees, and the anti-union stance of many tech companies that degrades job quality [...] Communities have also taken action against the local environmental impact of massive data centers located in their midst." Systemic change means addressing the structural causes of poverty and economic inequality through redistributive mechanisms of wealth including ideas such as the 4 day working week and universal basic income. It means foregrounding class, gender and racial subordination and political domination by sharing and redistributing power through processes of radically substantive democracy. It introduces a new logic of de-commodification of the social commons where our institutions are reclaimed as part of the commons for the public good. It means refusing ever-increasing levels of extraction, production and consumption promulgated by media and tech companies.

Conclusion

The contemporary characteristics of advanced capitalism have brought to the fore structures of inequality and discrimination that are part of our social order. They result in who owns what, the forms of labour we have, the nature of production, the means of exchange, the operation of the markets and the various stresses and injuries these exert on daily lives lived in debt, insecurity and in fear – all of which are deeply uneven. In this commentary, I have tried to point towards the multiple ways in which structural and infrastructural inequalities are embedded in political, economic and social relations. And to suggest the many ways that accumulation of capital infiltrates all elements of a population's existence through the dispossession of public power and control in systems of data communication, mediation and cultural reproduction.

The three key principles identified above, on which change could be premised, situate our media and tech futures in a broader, visionary and emancipatory politics for social, political and economic transformation. Without pushing for change that can realize these principles, our media and tech worlds will become ever more concentrated in fewer hands, more susceptible to market pressures and distorted by commercial priorities, less diverse and less able to realize the potential of digital platforms for public purposes. We need to continue to imagine media systems that prioritize the value of the public over profit and collaboration over competitiveness and to develop economies that go beyond capital. Operationally, this means that we have to formulate mechanisms of inclusive citizen participation and democratic control of the spaces we inhabit. Rethinking and rebuilding our media and tech worlds according to these principles will require enormous energy and enthusiasm. We will need to learn from other social struggles and solidarity movements that sought to

advance economic equality, civil rights and social justice on the basis that there can be no meaningful democracy without media reform.

In the UK I am a founding member of the Media Reform Coalition where we have developed a *Manifesto for a People's Media* (Media Reform Coalition, 2021a) that translates these ideas into a vision for a media sector that is truly independent, wholly democratic, fully accountable and for everyone. I urge everyone to join the movement for a People's Media, mobilise and organise for media reform wherever you are, and work towards media and tech systems that not only disrupt unequal power relations but also dismantle injustices and bring hope for democratic social change in crisis-ridden times.

References

Abramowitz, M. J. (2017, December 11). Stop the manipulation of democracy online. *New York Times*. https://www.nytimes.com/2017/12/11/opinion/fake-news-russia-kenya.html

Andrejevic M. (2013). Public service media utilities: Rethinking search engines and social networking as public Goods. *Media International Australia*, *146*(1), 123–132. https://doi.org/10.1177/1329878X1314600116

Angwin, J., Larson, J., Mattu, S., & Kirchne, L. (2016, May 23). *Machine bias: There's software used across the country to predict future criminals*. ProPublica. https://www.propublica.org/article/machine-bias-risk-assessments-in-criminal-sentencing

Angwin, J., Varner, M., & Tobin, A. (2017, September 14). *Facebook enabled advertisers to reach 'jew haters'*. ProPublica. https://www.propublica.org/article/facebook-enabled-advertisers-to-reach-jew-haters

Associated Press. (2022, March 31). UN Chief: 2 billion people live in conflict areas today. *VOA News*. https://www.voanews.com/a/un-chief-2-billion-people-live-in-conflict-areas-today/6509020.html

Birkinbine, B. (2018). Commons praxis: Towards a critical political economy of the digital commons. *TripleC:* Communication, Capitalism & Critique*, 16*(1), 290–305. https://doi.org/10.31269/triplec.v16i1.929

Blakeley, G. (2020). *The Corona crash: how the pandemic will change capitalism*. Verso Books.

Bureau Local (2020, June). *A Manifesto for a People's Newsroom*. The Bureau of Investigative Journalism. https://drive.google.com/file/d/1LW009i1Fbp0GQqBDemuJZjbcRlpefetW/view

Chancel, L., Piketty, T., Saez, E., & Zucman, G. (2021). *World Inequality Report 2022*. World Inequality Lab. https://wir2022.wid.world/www-site/uploads/2022/03/0098-21_WIL_RIM_RAPPORT_A4.pdf

Chun, W.H.K. (2019). Queerying Homophily. In C. Apprich, WHK Chun, F. Cramer, and H. Steyerl (Eds.), *Pattern discrimination* (pp. 59–97). University of Minnesota and Meson Press. https://doi.org/10.25969/mediarep/12350

Chun, W.H.K., & Barnett, A. (2021). *Discriminating data: correlation, neighborhoods, and the new politics of recognition*. The MIT Press.

Crouch, C. (2011). *The strange non-death of neo-liberalism*. Polity Press.

Curran, J., Fenton, N., & Freedman, D. (2016). *Misunderstanding the internet* (2nd ed.). Routledge.

Davis, A., Fenton, N., Freedman, D., & Khiabany, G. (2020). *Media, democracy and social change: Reimagining political communications*. Sage.

Davies, R., Haldane, A., Nielsen, M., & Pezzini, S. (2014). Measuring the costs of short-termism. *Journal of Financial Stability*, *12*, 16-25. https://doi.org/10.1016/j.jfs.2013.07.00

Edelman (2021). *Trust Barometer UK Findings*. Edelman. https://www.edelman.co.uk/edelman-trust-barometer-2021-uk-findings

Fenton, F., Freedman, D., Schlosberg, J., & Dencik, L. (2020). *The Media Manifesto*. Polity Press.

Finlayson, A. (2021). Neoliberalism, the alt-right and the intellectual dark web. *Theory, Culture & Society*, *38*(6), 167–190. https://doi.org/10.1177/02632764211036731

Fraser, N., & Jaeggi, R. (2018). *Capitalism: A conversation in critical theory*. Polity Press.

Freedman, D. (2018). "Public service" and the journalism crisis: Is the BBC the answer? *Television & New Media*, *20*(3), 203–218. https://doi.org/10.1177/1527476418760985

Golding, P. (2017). Citizen detriment: Communications, inequality, and social order. *International Journal of Communication, 11*, 4305-4323. https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/6673/2169

IPCC. (2022). *Climate change 2022: Impacts, adaptation, vulnerability*.

Cambridge University Press. https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg2/

Jameson, F. (2003). Future city. *New Left Review*, (21), 65–79. https://newleftreview.org/issues/ii21/articles/fredric-jameson-future-city

Kantrowitz, A. (2017, September 15). *Google allowed advertisers to target people searching racist phrases.* BuzzFeed News. https://www.buzzfeednews.com/article/alexkantrowitz/google-allowed-advertisers-to-target-jewish-parasite-black

Lawrence M. (2019, March 13). Building a digital commonwealth. *OpenDemocracy*. https://www.opendemocracy.net/en/oureconomy/building-digital-commonwealth/

Media Reform Coalition. (2021). *Who owns the UK media?* https://www.mediareform.org.uk/wp-content/uploads/2021/03/Who-Owns-the-UK-Media_final2.pdf

Media Reform Coalition. (2021a). *Manifesto for a People's Media: Creating a media commons.* BBC and MRC. https://drive.google.com/file/d/1_6GeXiDR3DGh1sYjFI_hbgV9HfLWzhPi/view

Mills, T. (2016). *The BBC: Myth of a public service*. Verso.

Milner, Y., & Traub, A. (2021). *Data capitalism and algorithmic racism.* data for black lives and demos. https://www.demos.org/research/data-capitalism-and-algorithmic-racism

Moore, M., & Tambini, D. (2018). Conclusion. In M. Moore and D. Tambini (Eds.), *Digital dominance: The power of Google, Amazon, Facebook, And Apple* (pp. 396-408). Oxford University Press.

Muldoon, J. (2022). *Platform socialism: how to reclaim our digital future from big tech*. Pluto Press.

Murdock, G. (2018). Reclaiming digital space. From commercial enclosure to the broadcast commons. In G. Ferrell Lowe, H. Van den Bulck, and K. Donders (Eds.), *Public service media in the networked society* (pp.43-58). Nordicom.

National Audit Office. (2020, November 26). *Investigation into government procurement during the COVID-19 pandemic*. NAO. https://www.nao.org.uk/reports/government-procurement-during-the-covid-19-pandemic/

NCVO, ACEVO and SCC. (2021, May 27). "Submission to Police, Crime, Sentencing and Courts Bill Committee." London. UK Parliament.

https://publications.parliament.uk/pa/cm5802/cmpublic/PoliceCrimeSentencing/memo/PCSCB18.htm

O'Neil, C. (2016). *Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy.* Penguin.

Ofcom. (2021). *Online Nation 2021 Report*. Ofcom.

https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0013/220414/online-nation-2021-report.pdf

Pariser, E. (2020, October 13). *To mend a broken internet, create online parks*. Wired. https://www.wired.com/story/to-mend-a-broken-internet-create-online-parks/

Pickard, V. (2014). *Media democracy: The triumph of corporate libertarianism and the future of media reform*. Cambridge University Press.

Prainsack, B. (2019). Logged out: Ownership, exclusion and public value in the digital data and information commons. *Big Data & Society, 6*(1). https://doi.org/10.1177/2053951719829773

Richter, F. (2019, August 22). *Infographic: The incredible size of Google's advertising business*. International Business Times. https://www.ibtimes.com/infographic-incredible-size-googles-advertising-business-2816856

Sheila McKechnie Foundation. (2018). *The chilling reality: How the Lobbying Act is affecting charity & voluntary sector campaigning in the UK*. https://smk.org.uk/wp-content/uploads/2020/08/SMK_The_Chilling_Reality_Lobbying_Act_Research.pdf

Scholz, T., & Schneider, N. (2016). *Ours to hack and to own: The rise of platform cooperativism.* OR Books.

Schlosberg, J. (2018). Digital agenda setting: Re-examining the role of platform monopolies. In M. Moore and D. Tambin (Eds.), *Digital dominance: The power of Google, Amazon, Facebook, and Apple* (pp. 202-218). Oxford University Press.

Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press.

Tucker, J. A., Guess, A., Barberá, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., Stukal, D., and Nyhan, B. (2018). *Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature*. Hewlett Foundation. http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3144139

Trappel, J. (2019). Inequality, (new) media and communications. In J. Trappel (Ed.), *Digital media inequalities: Policies against divides, distrust and discrimination* (pp. 9-30). Nordicom.

Vaidyanathan, S. (2018). *Anti-social media*. Oxford University Press.

Vogels, E.A. (2019, June 22). *Digital divide persists even as lower income Americans make gains in tech adoption*. Pew Research Center. https://www.pewresearch.org/fact-tank/2021/06/22/digital-divide-persists-even-as-americans-with-lower-incomes-make-gains-in-tech-adoption/

Wilkinson, R., & Pickett, K. (2010). *The spirit level: Why equality is better for everyone*. Penguin Books.

Zuckerman, E. (2020, January 17). *The case for digital public infrastructure*. Knight First Amendment Institute at Columbia University. https://knightcolumbia.org/content/the-case-for-digital-public-infrastructure

Biographical note

Natalie Fenton is a Professor in Media and Communications at Goldsmiths, University of London. She is Co-Director of the Centre for the Study of Global Media and Democracy. Her most recent books include *Media, democracy and social change: Re-imagining political communications* co-authored with Des Freedman, Gholam Khiabany and Aeron Davis (Sage, 2020) and *The Media Manifesto* co-authored with Des Freedman and Justin Schlosberg and Lina Dencik (Polity, 2020). She was Vice-chair of the Board of Directors of the campaign group Hacked Off for 7 years and is a founding member and former Chair of the Media Reform Coalition.

ORCID iD: https://orcid.org/0000-0002-3754-8200
Scopus Author ID: 7003719817
Address: Goldsmiths, University of London, London SE14 6NW, UK.

How to cite

Fenton, N. (2022). A commentary: Communication, democracy and social change in crisis times – Disrupting power, dismantling injustices. *Revista Media & Jornalismo, 22*(41), 21-39. https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_1

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

(Página deixada propositadamente em branco)

Remembering two friends, revisiting two books: *Personal influence* and *Media events*

Lembrando dois amigos, revisitando dois livros: *Personal influence & Media events*

https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_2

Daniel Dayan
Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS), France
dayan.daniel28@gmail.com

Submitted: 2022/04/30 | Accepted: 2022/10/10
Submetido: 2022/04/30 | Aceite: 2022/10/10

Abstract

This essay is about two close friends of mine, Elihu Katz and Todd Gitlin. It offers a re-exploration of two books: *Personal influence* and *Media events*. Starting with *Media events* (1992), I ask whether it extends the thrust of *Personal influence* or detracts from it to the point of sometimes contradicting it. Then I move to *Personal influence* (1955) and look at the circumstances of its writing and reception. Since I was a child when the book came out, I rely on the impressive volume that *The Annals of American Political and Social Science* devoted to its genesis. This volume includes strong critiques, and I discuss many of them, including the most radical ones. Yet there are many reasons why I believe the book to be no less important today than when it came out. I also suggest that, despite their famous feud, my two friends sometimes agreed.

Keywords

Personal influence, *Media events*, Elihu Katz, Todd Gitlin

Resumo

Este ensaio é sobre dois amigos próximos, Elihu Katz e Todd Gitlin, e consiste numa reexploração de dois livros: *Personal influence* e *Media events*. Começando com *Media events* (1992), questiono se este prolonga o impulso que esteve na base de *Personal influence* ou se, pelo contrário, o desvaloriza ao ponto de, por vezes, o contradizer. Passo depois para *Personal influence* (1955) e olho para as circunstâncias da sua escrita e receção. Como eu era criança quando o livro saiu, confio no impressionante volume que, em 2006, *The Annals of American Political and Social Science* dedicou à sua génese. Este volume inclui fortes críticas, e discuto muitas delas, incluindo as mais radicais. No entanto, há muitas razões pelas quais acredito que o livro *Personal influence* não é menos importante hoje do

que quando foi publicado. Também sugiro que, apesar da sua famosa contenda, os meus dois amigos por vezes concordaram entre si.

Palavras-chave
Personal influence, *Media events*, Elihu Katz, Todd Gitlin

This essay is dedicated to three friends I have lost in one year: Elihu Katz, Todd Gitlin, and Mário Mesquita. It would not have been conceived without Paddy Scannell and Philippe Raynaud, whose questions triggered a long process of remembering. It would not exist without Mário Mesquita, who invited me to write it but passed away while I was still writing. My thanks to all of them.

I. LOSING TWO FRIENDS

My friend Elihu Katz died of heart failure on December 31, 2021. My friend Todd Gitlin suffered a heart attack on the same day. He recovered but passed away from COVID-19 a few weeks later. I knew that Todd was Elihu's adversary: everybody in our field knows Todd's famous paper of 1978[1] on the "dominant paradigm." Elihu knew that Todd was my friend. Todd also knew that Elihu was my friend. Both Elihu and Todd were towering figures in our field, and I believe each was lucky to have the other as an adversary. That they left us almost simultaneously, almost together, almost hand in hand, makes me feel that I was right to have both as friends.

Todd knew that, in my opinion, the dominant paradigm was not the one that Elihu had illustrated in his work, but the paradigm that he had inherited from the Frankfurt school. The "two-step flow of communication" was a response to Adorno and Horkheimer, an attack on their view of US media as instruments for massive indoctrination; as softer replications of the role played by radio in the Nazification of Germany (Adorno & Horkheimer, 1944, 1947). Todd Gitlin's famous paper was a counterattack in which the "scientific" approach of *Personal influence* served as justification.

Todd and Elihu had very different life stories. Elihu, who saw himself as a social scientist, enjoyed a brilliant academic career, with frequent excursions outside academia. Todd, who saw himself as an activist, was a charismatic public figure, contenting himself with frequent incursions into the academic field. Todd did earn degrees in mathematics, political science, and sociology, but fundamentally he was a philosophically inspired poet with a Nietzschean view of scientists (people trained to get facts the way monkeys are trained to break nuts).

While Elihu Katz was the herald of the "two-step flow of communication"[2], he spent a large part of his career in the context of the first step, devoting considerable time to creating, managing, and working for media institutions (and being celebrated by them). He founded Israeli television and reorganized the BBC. No less paradoxically,

[1] Gitlin, T. (1978). Media sociology: The dominant paradigm. *Theory and Society*, *6*(2), 205–253. http://www.jstor.org/stable/657009

[2] Katz, E. (1957). The two-step flow of communication: An up-to-date report on an hypothesis. *The Public Opinion Quarterly*, *21*(1), 61–78. http://www.jstor.org/stable/2746790

Todd Gitlin spent most of his life illustrating a social role that was best described by Elihu Katz. As an activist and a "public intellectual," he was a living illustration of the second step: the influence leader *par excellence*.

What my friends taught me

Todd was exactly my age (only one week older). Elihu could have been my (young) father. Todd taught me not to avoid confrontation. He exemplified the type of courage you need to hold views that are unpopular. Elihu taught me, on the contrary, the art of adapting to the demands of institutions, of reconciling my needs and their exigencies. Elihu taught me the virtues of diplomacy.

When I started this paper, I meant to write about both my friends. Both were born in New York. Both went to Ivy league universities (Columbia, Harvard). Both had links with the Frankfurt School. Having each other as an adversary was an honor for each but almost the only thing their adult lives had in common: Todd and Elihu were separated by a huge historical gap. They belonged to two different eras. Elihu was a man of the fifties. Todd became a hero of the sixties (to which he devoted a number of books and documentaries). My two friends lived in different Americas. Offering a shared narrative would require a novelist of the caliber of Saul Bellow or Philip Roth. This is why this paper is mostly about my encounter with Elihu Katz.

II. BECOMING DAYAN & KATZ

My friendship with Elihu Katz started on a rainy summer day of August 1973. I was just out of Stanford and busy completing a PhD in Paris. I was visiting my relatives in Pennsylvania. My relatives told me they received a call from "a professor Elihu Katz who wants to see you." I was startled. I believed Elihu Katz was not a person but a bibliographical item, or a statue at the entrance of a library. I wondered why such a monument would like to talk to me. The meeting took place at Penn. To my surprise, Elihu Katz was a rather young man with a duffel coat and a tongue-in-cheek sort of humor. To my second surprise, he was there to offer me a job. To my third surprise, I accepted the job without even knowing for sure where it would take place. California? East Coast? Jerusalem? I trusted the man in the duffel coat.

The man in the duffel coat was no sociological bulldozer, no lover of cumbersome systems. He was a charmer and a master of the witty comment; a light-weight boxer who dances around you, ready to deliver a smile and the joke that debunks. I found out later that he was also a talmudic scholar and a singer (whose beautiful tenor voice could have allowed him to earn his living). I also found out that as a child he had wished to run away with a circus and become its manager. I immediately liked Elihu because he was playful. To me, "the two-step flow of communication" sounded like a name for a dance[3]. I admired Elihu's sharp, quick mind. Yet this paper is less about him as a person than about the intellectual history that brought us together.

[3] It is in fact the name of a dance. In Spanish, it reads *el paso-doble de las comunicaciones*.

Sharing authorship

Personal influence was the result of the encounter between a graduate student named Elihu Katz and a senior social scientist named Paul Lazarsfeld. *Media events* was the result of a similar encounter between a PhD candidate and the same Elihu Katz, now about 50 and the undisputed star of media sociology. These two encounters ended in a similar way. Paul Lazarsfeld, who was the initiator of the research on *Personal influence*, acknowledged Elihu Katz' brilliant, synthetic formulation of the results and invited the young scholar to be the first author. Elihu Katz, who initiated *Media events*, also knew that writing a book with the most celebrated author in one's field was a difficult exercise. People would believe that the famous author had the book ready in his mind and that the junior partner was essentially in charge of adding footnotes. But it was not so. One day, Elihu asked me: "Are you ready to be first author?" I was ready, and I accepted. I thought it was fair and intend to explain why. It was fair but also generous. Elihu was doing for me with Media events[4] what Paul Lazarsfeld had done for him with *Personal influence*. Both were willing to forget about their fame. Both ended up offering a world audience to their younger partner[5].

A Frankfurt connection

My encounter with Elihu Katz was unexpected. Was it really astonishing? Elihu Katz' background and mine were quite different, yet not entirely so. Before starting a new cycle of studies in the USA, I had worked in the Center for Mass Communication Studies (CECMAS) in Paris, designed by the sociologist Georges Friedman to be the French equivalent of Lazarsfeld's Bureau of Applied Social Research. Of course I knew the famous story of Lazarsfeld threatening a young sociologist he found guilty of writing a film review. I did write film reviews, but this was no problem for Elihu. He had been a student of Löwenthal and had acquired the latter's interest in the sociology of fiction, an interest shared by my senior colleagues at CECMAS (Edgar Morin, Violette Morin) whose research on "Olympians" and stars was explicitly inspired by Löwenthal. The CECMAS was also the center where Roland Barthes (whose assistant I became in 1967) wrote his book on mythologies. Barthes was a disciple of Bertolt Brecht and intended to use semiotics the way Brecht used dramaturgy, as an instrument of dis-

[4] Elihu offered a revisiting of particularly important events—such as Watergate, presidential debates, Kennedy's funeral, and the first man on the moon—and he provided a theoretical construct that connected our project to his earlier work. Following *Personal influence*, Elihu Katz wrote many books, but, like a red thread, the two-step flow was present in each. I did most of the ethnographic investigations (Korea, Sadat in Jerusalem, trips of the pope, royal events) and the analyses of all broadcasts. I also brought in perspectives that were typical of the French *zeitgeist*, which I discuss here. Until the book was finished and to Elihu's last days, we kept arguing with each other, challenging each other, provoking each other into exploring neglected avenues. Yet there came a moment when the book had to be finished, given a title, and signed.

[5] Elihu initiated *Media events* by challenging me to comment on historical events for a group of journalists while these events were happening ("Could you show us what your 'semiotics' can do?"). Elihu was, I believe, impressed by my way of responding to the challenge, and we repeated this exercise a number of times about various events.

-alienation. Given Brecht's friendship with Walter Benjamin, Barthes was only one step removed from the Frankfurt school. Thus, seen in retrospect, my encounter with Elihu was predictable. We both were members of the Frankfurt School extended family.

The beginner and the star

For Robert Merton, the description of a scientific activity must account for five main features: (1) the individual motivation through which a scientist chooses a project; (2) the social setting in which the work is carried out; (3) the collective use made of findings; (4) the degree of autonomy that the scholar enjoys in his or her career; (5) the reference groups the work addresses (Robinson, 2006). When such a scientific activity involves collaborative work, I would suggest exploring an additional feature: the respective status of the involved partners.

When I met Elihu Katz, he was a master of the field, the celebrated co-author of *Personal influence*. I was still a student completing my PhD at the *École des Hautes Études en Sciences Sociales* in Paris. I had just written an essay in film theory that would later turn into an almost compulsory reading for film students. However, when I met Elihu Katz this essay was not yet published, and my dissertation was far from completed. Elihu was taking a bet[6].

Because of our different statuses at the time, people often believe that Elihu was my teacher. He never was my teacher in any formal way, but I learned sociology with him the way one learns to speak a foreign language by listening to the locals in a foreign city. Elihu introduced me to some of his friends (Merton, Lazarsfeld, Shils, plus one who spoke French: Durkheim), and I entered conversations. To Elihu I was also a traveler from far away, a sort of Marco Polo returning from China with all sorts of stories to tell about the mores and fads of French intellectuals. Elihu was intrigued. What was I bringing?

Media events: a French book?

When he started looking at media events, Elihu Katz was certainly planning to look for yet another confirmation of the two-step model, but he remained open to all possibilities. I was completing a PhD focused on the construction of spectatorship in classical cinema. My work on spectatorship would help me conceptualize the collective role of the publics in media events. I had also been studying with Jean Rouch, who was a virtuoso at filming rituals while they were performed and, sometimes, at the very moment they were invented. My classes with Jean Rouch turned out to be an excellent initiation to the study of live broadcasting. But the essence of my inspiration came from debates in historiography[7].

---

[6] Elihu's invitation was not the only job offer I received. Erwin Goffman at Penn and René Girard at Buffalo also attempted to recruit me. Their offers were probably motivated by the fact I was a disciple of Roland Barthes.

[7] I was reading essays such as Walter Benjamin's *Theses on the philosophy of history*, Hayden White's *Metahistory*, or Yosef Haim Yerushalmi's *Zakhor*.

I had been witness to the radical turn taken by the Annales School of History when some of its leaders decided to reconsider long years of hostility towards what had disdainfully been called "L'histoire événementielle." The *Annals* pronounced the redemption of events. Of course the events now redeemed were not those that had been earlier ostracized. Events used to serve as historical explanations. They now were objects meant to be themselves explained; social constructions in need of being situated in history. Significantly, this renewed interest in events was not taking place in history alone. It was occurring in psychoanalysis, where it led to a renewed interest in trauma. It was also occurring in sociology, where Edgar Morin celebrated "the return of events" (Morin, 1972). The French *zeitgeist* was characterized by a convergent interest in events.

This interest extended to semiotics. Roland Barthes' chair in semiotics at the École des Hautes Études *en Sciences Sociales* (EHESS) was defined as a chair in Sociology of Signs, Symbols, and Representations. At the time, Barthes took this sociological dimension quite seriously. Two of the classes I took with him were to be directly relevant to my work with Elihu. One—*Le discours de l'histoire*—dealt with the Semiotics of History. The other—*L'écriture de l'événement*—analyzed events in terms of an architecture of signs and gestures. Both were seminal essays. *Le discours de l'histoire* influenced Hayden White's *Metahistory* (White, 1973). *L'écriture de l'événement* led to Robin Wagner-Pacifici's *What is an event* (Wagner-Pacifici, 2017) and to my own work. Barthes's "semiology" inspired a number of contemporary essays, dealing with the semiotics of classical painting (Marin, 1972); the semiotics of film (Metz, 1968; Dayan, 1977); the semiotics of architecture (Choay, 1965); and, last but not least, two of his major essays, *Le Système de la mode* (Barthes, 1967), on the semiotics of fashion, and *S/Z* (Barthes, 1970), on the semiotics of literature.

L'écriture de l'événement concerned a specific event—the urban riots of May '68 in France—that had started as a student protest but kept escalating until President de Gaulle felt obliged to (briefly) exile himself from Paris. Beyond this specific situation, Barthes' essay on May '68 could be seen as the first draft of general semiotics of events. Barthes never completed this general theory. I was his assistant at the time and the idea of semiotics of events remained with me. I believed and still believe that such semiotics is crucial to the study of journalism. This idea accompanied me throughout the conception of *Media events* and later influenced my work on terrorism (Dayan, 2006).

The originality of *Media events*

Does all of this turn *Media events* into a French book? Not really. I would retrospectively summarize my and Elihu's work by stressing four points. First comes the scope of the conducted study. At production level, we described not only the role of media in filming events and their unanimity in broadcasting them, but also the involvement of major societal institutions such as governments or national churches in conceiving events, organizing them, and negotiating their scripts. At the reception level, we tried to go beyond what the spectators of events thought or were capable of expressing and to focus on what these spectators actually did. Spectators of media events were participants in rituals of a new type: their attendance was also a *performance*.

Then comes the role of media events in redesigning the "center of societies." Media events show societies that adapt themselves to changing circumstances by reformulating their "center." Such reformulations could consist of replacing those individuals who, until then, had represented the center (Kennedy died, but the presidency survived). We were particularly interested in those events that were a matter of deliberate choice (like Sadat's decision of going to Jerusalem). Such events involved a ritualized discarding of accepted dogmas (Poland is a communist country, Israel and the Arab world will forever be at war, or the two Koreas will never be reunited). In both cases what was being celebrated was the possibility of a change that could affect the heart of a society, without requiring violence. Democracy was proving its resilience by the smoothness of the transitions it allowed[8].

My third point addresses the question of "imagination." In his book *The twilight of common dreams*, Todd Gitlin analyzed convergent attempts at turning the United States into what I would call, paraphrasing Benedict Anderson's phrase, a "des-imagined community" (Gitlin, 1995; Anderson, 1980). Media events were a matter of "reimagining communities." Media events concerned societies that were capable of reimagining themselves.

My last point stresses the kinship between media events and the type of utterances that Austin defined as "performatives" (Austin, 1955). Based on the fact that any national narrative is an act of imagination sanctioned by a conventional decision, media events described re-imagining processes that were achieved through symbolic actions. Such actions were similar to Austin's "speech acts." Yet in the case of media events, they were not a matter of speech or statements. They took the form of political gestures. Our work on media events thus allowed us to extend Austin's theory by highlighting the existence of gestural performatives.

We followed Austin's warning that many attempts at performative action do fail, and not all statements that wish to be performative are "felicitous". Thus, the gestures we called media events were "felicitous" only when they were validated by the public who collectively adopted the changes they introduced and endowed their authors with the right of pronouncing them. They were "infelicitous" when such adoption did not take place, condemning the event to remain an empty gesture, a sterile gesticulation[9]. Finally, media events allowed us to demonstrate the existence of a little-discussed sort of media effect: performative effects (Schudson, 1989).

Did *Media events* diverge from *Personal influence*?

Media events could be seen as a continuation of the many books Elihu Katz co-authored. Symbolic anthropology would play in it the role that social psychology played in *Personal influence* or the role that cultural semiotics played in *The export of meaning*. In my view, *Media events* often diverged from the paradigmatic thesis of *Personal influence*.

---

[8] Media events used to be initiated by nation-states and by the center of societies. Today, they are rather initiated by activists, in the name of an ideology, and they have become mostly dis-sensual. These new media events nevertheless illustrate a "paradigm of imagination," but what they help us imagine is the fragility, the vulnerability of democratic societies.

[9] Bourdieu noted that Austin was not only a philosopher of language, but also a major anthropologist of ritual (Bourdieu, 1989).

The first divergence was also the most obvious. Media events had powerful effects. They had the power of activating, throughout their duration, an alternative model of society. The festive experience they offered to the public was in itself a major effect and one that could trigger further effects, such as transforming the way in which whole societies related to their past. Media events were simultaneously minimizing—if not altogether neutralizing—the role of influential leaders in the public. Their unavoidability precluded choice. (Think of the boat of British antiroyalists who sailed to France in order to escape the omnipresent royal wedding.) Should one then speak of a blatant contradiction between the thesis of *Personal influence* and the very powerful effects we were noticing in *Media events*? Not really[10].

The notion that there existed a "subjunctive mode of culture" (Turner, 1969) offered a way of reconciling the thrust of *Personal influence* with what we were observing about certain events. Instead of contradicting each other, *Personal influence* and *Media events* were discussing different objects. One spoke of "structure." The other spoke of "antistructure." *Personal influence* characterized everyday-life media. The events we described had little to do with everyday life. They were invocations of the desirable or the possible. These events were thus exceptions that confirmed the rule.

Our reliance on "antistructure" could, of course, be denounced as a rhetorical device. It was not so. The existence of an anti-structural mode of media discourse ended up being one of our major findings, the one that allowed *Media events* to be read by Victor Turner as an essay in media anthropology. As I'll show, Elihu Katz' concern was not about strong or weak effects, but about the physiology of media influence. That media utterances could turn out to be either indicative or subjunctive was an essential contribution to such a physiology[11].

III. *PERSONAL INFLUENCE* IN HINDSIGHT

From the mechanics of domination to the physiology of influence

Since World War II, Media Studies have been dominated by two rival traditions. The Frankfurt School's tradition was focused on the impact of messages produced

[10] Such divergences might explain why a 45 minutes film on Elihu Katz produced by the Annenberg School and projected during the Elihu Katz' memorial (ICA Paris Conference, 2022) never discussed *Media events*, hardly acknowledging its existence.

[11] Where did I go from there? My work on *Media events* triggered many changes in my concerns. Media events were extraordinarily powerful instruments of the display. They gave me the idea of systematically exploring other institutions of display, from journalism to festivals. I turned towards such authors as Erwin Goffman, who studies issues of "framing," and Hannah Arendt, who explores the question of "appearing in public." I also started to explore the notion of "visibility" and discuss phenomenological distinctions between the fact of "appearing" and the situation of being shown (J. L. Marion). Media events also took me from questions of textuality to questions of performance, from my earlier work on what Eco once described as the *Lector in fabula* to the study of actual publics. *Media events* fundamentally took me from issues of semantics to issues of pragmatics. My notion of "monstration acts" meant to discuss visibility in terms that were analogous to Austin's speech acts.

by "cultural industries." Such industries "enslaved people in more effective and subtle ways than earlier and cruder forms of domination" (Adorno & Horkheimer, 1944). Enslavement was taken for granted. The empirical tradition challenged the Frankfurt School by proposing to measure what was meant by "domination." But it did not simply amount to stating that media enjoy a limited power. It asked how power was exerted. *Personal influence* rejected the notion that what the media achieved was already a form of communication. It downgraded the powerful institutions that everybody had in mind when discussing the media to being simply a "first step." The fact of broadcasting certain content was simply a preamble. The media were displaying a raw material destined to be used in the actual communication process. This process could be defined as the "second step"[12]. Once broadcasted, that content would start a career through which individuals or informal groups would transmit the information they received to other individuals or groups (Katz & Lazarsfeld, 1955). Some members of the public would pick up significant bits of information and share them with other members who sought to be advised. By stressing the interaction between readers and potential readers, between spectators and potential spectators, this "second step" proposed a "physiology" of media influence. What came to the front was a neglected form of power: the power of small groups associating and collaboratively selecting the content of a mediatic offer[13].

A criticized book

Todd Gitlin's description of the "two-step flow" as the "dominant paradigm" (Gitlin, 1978) served as the climax of a long string of criticisms, some of which concerned the book itself, while many others saw *Personal influence* as an opportunity to discuss the emergence of media sociology and the very field of sociology. Were social sciences to be modelled on experimental sciences? Were they rather to be conceived as hermeneutical procedures? Were they compatible with the world of enterprise or meant to propose a critique of society? Were they to acknowledge their roots in political and moral philosophy or to repudiate these roots? Were media sociologists meant to be intellectuals? Were they rather to become specialized technicians?

[12] The two-step flow hypothesis was conceived by Paul Lazarsfeld. It was then commented upon by Robert Merton; C. Wright Mills conducted elaborate fieldwork in the small city of Decatur, Illinois, in order to confirm or infirm that hypothesis. The final results were offered to the public in the elegant synthesis written by Elihu Katz.

[13] Elihu Katz spent his life exploring this physiology. While we were involved in the Media Events project, Elihu Katz was also working with Tamar Liebes on the international diffusion of American television serials. This allowed him to reappropriate from British cultural studies a theme he had himself initiated 30 years earlier. Cultural studies sociologists were discovering those readings inspired by the reception of television programs were not as docile—or, in their terms, as "dominant"—as expected. They were generally "negotiated," that is, capable of partly resisting domination (Morley, 1980). British cultural studies were thus confirming what Katz had always claimed: there existed a relative autonomy of readers in constructing the meaning of texts. The *Export of meaning* (Katz & Liebes, 1990) gave a fuller meaning to the word "negotiated." By describing an interactive construction of meaning, Elihu Katz was still exploring the physiology of influence.

Lazarsfeld was at the center of many of these questions. Beyond critiques directed at his imperious style, he was accused of introducing a type of research that was modelled on industrial entrepreneurship. *Personal influence* illustrated an almost "tailored" style of sociology. A large contingent of researchers was analyzing vast masses of data, and a systematic division of labor organized research into conception (Lazarsfeld), execution (C. Wright Mills), and synthesis (Elihu Katz). Lazarsfeld chose the population to be interviewed. C. Wright Mills supervised the beehive of associates conducting the interviews. Elihu Katz interpreted the results (after many other graduate students had failed to do so). All this was meant to produce large amounts of verifiable data. To deal with those masses of data, the use of statistics became a central asset, a centrality that was challenged by significant figures of the time. Pitirim Sorokin blamed Lazarsfeld for unleashing an "epidemic of quantophrenia." Hans Speier noted that, while "certain analytical methods were refined, the substantial questions that were being asked, became shallower" (Sorokin & Speier quoted in Summers, 2006). This feeling of "shallowness"[14] was shared by Lazarsfeld's former partner C. Wright Mills. For him, American sociology was in the grip of two evils. These evils were "grand theory" (illustrated in the work of Talcott Parsons) and "abstracted empiricism" (exemplified by the findings of Paul Lazarsfeld). No matter how different these two dangers, they ensure, wrote C. Wright Mills, that "we do not learn too much about man and society, the first by formal and cloudy obscurantism; the second by formal and empty ingenuity" (Wright Mills, 1959). The personal influence was a demonstration of "formal ingenuity." But was it really empty? Mills' elegant formula could have been applied as well to many major theories of the same period, all of which shared a belief in measurable results and aspired to an almost mathematical simplicity. Think, for example, of Festinger's "cognitive dissonance" (Festinger, 1957)[15].

Lazarsfeld, who had been trained as an applied mathematician, insisted on the importance of "scientific" methodologies. Gitlin, who had been admitted to Harvard as a mathematics prodigy, denounced this "scientificity" as a pretense. Criticisms that concerned the book itself included challenges to the nature of the offered data. Peter Simonson's 2006 account of the dramatic episode in which C. Wright Mills was fired from the Decatur team after having been cajoled into joining suggests that Mills was fired when he insisted on reporting the fieldwork he had supervised in his style (Simonson, 2006). Expelling the most direct witness of the Decatur study amounted to a form of censorship. Were the investigation results indisputable? When Lazarsfeld asked specific questions, was he also requiring specific answers? Feminist critics noted that the

[14] Elihu Katz's style was probably responsible for some of these ambiguities. *Personal influence* made him famous for his talent at constructing syntheses that elegantly brought together heterogeneous facts or contradictory views. Elihu was not only an expert at conciliation but a master of "constructive ambiguity." While such an ambiguity made it easier to reach broad conclusions, it often had to be paid in terms of precision. I remember that when we wrote *Media events* I kept objecting to using the word "events" to designate occasions that were anticipated and staged. To me, such occasions were ceremonial occasions, ritual dramaturgy, or "pseudo-events," but not events. Yet I had to acknowledge the heuristic efficacy of Elihu's "constructive ambiguity." Pseudo-events could turn into actual events if collectively validated. Actual events could burst in the middle of ceremonies and absorb such ceremonies. These were fluctuating realities.

[15] Cognitive dissonance led to the "confirmation bias" (according to which we tend to dismiss any information that does not confirm what we already believe).

interviews conducted in Decatur and attributed to the "people" of Decatur were in fact interviews of the women of Decatur. Was this an irrelevant detail? Critics of consumerism stressed that the "choices" made by the "people" of Decatur consisted essentially in deciding what to buy. Was the rationale that governed shopping also relevant to political decisions? Yes, replied Michael Schudson, arguing that similar mechanisms could be at play in both cases (Schudson, 2006). No, said Todd Gitlin (Gitlin, 1978).

Todd Gitlin had little interest in the "abstracted empiricism" of a "science" of communications. Gitlin saw media sociology as a privileged point from which to observe the problems of society and to assess the actual visibility given to these problems: "In a specialized world, writing about the media and popular culture gave me a way of slicing into a whole tangle of political, cultural, social and intellectual questions." As a disciple of Horkheimer (and Adorno), Todd Gitlin thought that media studies had the choice of being either "administrative" (serving the interests of major companies and their marketing departments) or "critical" (questioning the role of media and cultural industries in organizing new forms of alienation). The two-step flow was not only based on specialized research; it could also serve as a scientific alibi to the *status quo*. It implicitly claimed there was no need for a critical theory "since the media only had very limited effects, and since their power was the power of their audiences" (Gitlin, 1978). Gitlin's critique was a direct continuation of the conflict between Lazarsfeld and the Frankfurt school exiles, of the war between social science and political philosophy. This war seems to have been won. The Lazarsfeld and Katz perspective is now central. But is this just an academic victory or is such a victory much more than institutional?

IV. VINDICATING *PERSONAL INFLUENCE*

When second step turns into a medium

In *Dialektik der aufklärung,* Adorno (1974) noted that: "The evolution from telephone to radio introduced a clear distinction between roles. Telephone owners were still free of playing the part of subjects. Radio users, on the contrary, were transformed into pure listeners and submitted to the authority of programs developed by interchangeable stations. No system of answering was available." A system of answering was available. It was the system that Lazarsfeld and Katz had described as the second step of the communication flow. Listeners could regain the status of subjects by talking to each other about what they had heard. But they did so outside media. When the informal social networks through which such exchanges took place transferred themselves to the internet, a new medium was born.

For Eliseo Veron, a medium is born from the encounter between a given technology and communicative practices that shape the utilization of that technology. Sometimes these practices exist, but, lacking adequate technology, they never turn into media. Sometimes technologies exist, but, triggering no interest, they remain unused and dormant. Sometimes, however, the two meet. This is what happened with social media. In a way, they became a materialization of the second step. They were a second step equipped with their technical infrastructures.

Todd Gitlin wrote in 1978 that the dominant paradigm was able to make the media themselves look like "variables." Meaning to be sarcastic, he turns out to have been prophetic. When *Personal Influence* was written, speaking of "the media" meant speaking of radio. For the 50 following years, speaking of the media essentially amounted to speaking of television. Today, speaking of media might become synonymous with speaking of "social media". While dominant media (press, radio, television) kept replacing each other, the two-step theory maintained its relevance. But in the case of social media, it did much more: the second step determined their physiology as agents of interpersonal diffusion.

Cell phones function both as receivers of messages, emitters of messages, and relays of messages. Any audience member equipped with a cell phone can instantly turn himself or herself into a recording studio and a broadcasting agency, thus becoming an "influence leader" or, to use a constantly enlarged professional jargon, an "influencer." Decades before the emergence of social media, one of the research traditions that extended the two-step flow was already mapping the process through which targets of influential messages were switching roles, becoming themselves transmitters of what had been transmitted to them. This tradition—"diffusion research"—was inspired by epidemiology, a model whose presence is blatant in social media, where the success of a message is measured by its capacity to "go viral."

Social media & the danger of conviction ghettos

The emergence of social media was short-circuiting established centers and the control exerted by these centers, and social media was often hailed as a form of democratization (Dayan, 2009). Such short-circuiting was far from being only beneficial. By directly connecting the periphery it was the very notion of a "center" as formulated by Edward Shils that the social media were challenging. Skipping the "center" thus meant skipping all the forms of "otherness" to which this center gave access. It meant remaining in exclusive contact with those whose views one shared. As put by economist Daniel Cohen, "social media guide you towards communities that are modelled on sects, isolated from each other, and uninterested in each other; each of them unanimous in its detestation of different ideas" (Cohen, 2022). As a former Los Angeles resident, the avoidance of otherness by social media seems to me to replicate a momentous decision in the city's history: the deliberate destruction of the streetcar network of greater Los Angeles. Completed by 1961, this destruction made room for the present system of highways, a system that erases geographic continuities by allowing members of any given community to maintain selective contact with members of similar groups and to skip all exits that lead into areas populated by communities felt as "other." The materialization of the second step seems to have followed the same principle by creating a juxtaposition of secessionist islands.

In other terms, instead of freeing peripheries from the control exerted by "centers," the new media might have been transforming a common public sphere into a galaxy of homogeneous conviction ghettos, ghettos whose members are blind and deaf to each other. Speaking of such a rampant dismemberment, Daniel Cohen reminds us that "the right" and "the left" used to be aggregations of heterogeneous political op-

tions. But the conceptual instruments that are used to aggregate political opinions and interests, including not only the "right" and the "left" but also parties and unions, have been destroyed (Cohen, 2022). Jeopardizing the unity of a society, this crisis of aggregation feels like an invitation to anomy.

Such an evolution was predicted by Todd Gitlin in his beautiful *Twilight of common dreams* (1995). But it was similarly anticipated and feared by Elihu Katz, who put it at the heart of the special issue of the Annals he edited with Paddy Scannell (*The end of television*, 2009). For once, my two friends agreed with each other. They also agreed with me when I expressed a similar fear by pointing out that social media were dissociating two practices that had until then been complementary of each other: showing something was no longer meant to be a way of sharing, except with other members of the same "conviction ghetto" (Dayan, 2009). Showing as information had turned into showing as confirmation.

V. *PERSONAL INFLUENCE*: A JEWISH STORY?

As a conclusion, I would like to discuss a disconcerting reading of *Personal influence*. In an essay published in 2006, John Durham Peters, a communications scholar who is also a philosopher and theologian, suggests that the very principle of the two-step flow comes from the tradition of rabbinical Judaism, a tradition in which the meaning of sacred texts is constructed by the commentaries they have provoked. The two-step flow in a way illustrates the rabbinic principle that a text without a commentary is meaningless (Peters, 2006). But John Peters also suggests that *Personal influence* might have bent facts to make them compatible with the two-step flow hypothesis. According to this reading, Katz and Lazarsfeld's book would almost be a work of imagination. Was social psychology a midwife for fiction[16]?

We know that Decatur, Illinois, had been selected with pedantic care as one of the most typical small towns in America. If it functioned like a beehive of communicative activities, the importance of the second step in the flow of communications would be demonstrated. But, according to Peters, the interactions described in *Personal influence* did not match their Midwestern context. Rather than a literal account, *Personal influence* offered a retouched portrait of Decatur (Peters, 2006). The lively, disorderly small town that emerged from reading *Personal influence* was rather emblematic of the Jewish villages portrayed by Shalom Aleikhem or Isaac Bashevis Singer. The forms of sociability the book displayed were typical of Jews and, besides Jews, of all those dispersed groups that historian Yuri Slezkine described as "Mercurian" (Slezkine, 2004). *Personal Influence* was therefore an ethnographic utopia, an assimilationist fable. Katz and Lazarsfeld were the academic equivalents of those Jewish moguls who turned Hollywood into an "empire of their own" (Gabler, 1988). Like such moguls, they

[16] This "scientific version" of "social psychology" was quite distinct from the one offered by Freud's writings on society. Serge Moscovici tried to reconcile the two. Interestingly the same Serge Moscovici was submitted by Bourdieu to an attack that replicated about thirty years later Wright Mills' attack on Lazarsfeld. For Bourdieu, social psychology was neither a science nor a "bona fide" form of sociology.

were in the business of carving a place for Jews in American society by redesigning this society. And like these moguls, they produced fiction that enjoyed a performative dimension. To the rest of the world, and Americans themselves, such fiction became America—a carnival, a replica of the first American talking movie in which the heir of a "Rabinowitz" family (Al Jolson) became a famous jazz singer by pretending to be a black man (*The jazz singer*, 1927). In this case, the fiction became social science. The protestants of Decatur, Illinois, were in fact Jews in disguise. Their impersonating act no longer concerned a black minority, but the white majority. "Vanilla-town" Decatur became a Polish "shtetl."

One could denounce this metamorphosis as a forgery or commend it as a well--meaning utopia. Peters chose the second option. But he kept playing with the first. He discussed at length the "bowdlerization" of the quote that served as an *incipit* to *Personal influence*, a sentence in which John Stuart Mill spoke of the influence exerted by spontaneous everyday conversations: "Masses do not derive their opinions from state or church dignitaries, from official leaders, or books; their thoughts are provided to them by people who are very much like them; people who talk to them or in their name in the instant." This sentence sounded like an anticipation of the two-step flow, but Peters noted that two words were missing. Stuart Mill spoke of the influence exerted by "people who talk to them or in their name in the instant"—and he added, "*through newspapers* [emphasis added]." Lifting these two words allowed the quote to signify almost the contrary of what John Stuart Mill meant. Was such a misquoting of Mill's sentence to serve as an emblem of an equally "bowdlerized" Decatur?

This would be a serious accusation. But Peters' paper is not simply denunciatory. Through a mix of essentialization (the "Mercurians") and folklore (Sholeim Aleikhem) this paper feels like the polite denunciation of a fraud; a form of retrospective whistle-blowing. Yet there is a second dimension, an ion. The second dimension is an intellectual exploration aimed at reconstituting the genealogy of an idea. Such an exploration is not only legitimate but fascinating. I reject the first dimension and endorse the second, seeing no reason why the cultural background of the authors should be absent from their work.

I do not agree with the examples John Peters picked to illustrate the Jewishness of *Personal influence.* My first objection is: why Jewish shtetls? Why assume that showing the inhabitants of Decatur debating and arguing should be at best a fiction, and at worst a lie? And why should the process depicted in *Personal influence* occur in certain groups only? Many small communities around the world display similarly interactive styles. I do not see why animated, bustling small towns should not be found in African villages, in the Italy of neo-realism; in the Ireland of John Ford or in the French cafés where the early newspapers were read and discussed at the time of the emergence of Habermas' "bourgeois public sphere". Why should American protestants of the forties remain aloof and silent? When John Peters sees *Personal influence* as a reimagining of Decatur, isn't he unfolding another imaginary landscape? Isn't he imagining a Decatur of John Waynes and Clint Eastwoods? A Decatur of silent types? Is there a point in replacing Decatur, the shtetl, with Decatur, the frontier town?

My second objection concerns the affinities suggested between the two-step flow and the centrality of the rabbinical tradition in Judaism. Peters stresses the role

of talmudic discussion in establishing the meaning of sacred texts. These sacred texts, as he correctly notes, are only the first step in a flow in which the rabbinical tradition of exegesis, discussion, and debate, represents the second and indispensable step (Peters, 2006). I would note, however, that rabbinical discussions have little in common with the exchanges that constitute the second and decisive step of media influence. On the media side, we find spontaneous interactions and conversations. On the rabbinic side, we find erudite commentaries obeying strict criteria of compatibility with canonic interpretations. In other words, while the second step in the media flow is characterized by spontaneity, rabbinic commentaries are exercises in obedience. They may be clever, but they certainly are not free. Comparison with rabbinical Judaism further overlooks the discrepancy between this tradition and the effervescent model of the shtetl. How could these two antithetic models both serve as an inspiration to the same book?

I would suggest other genealogic routes. These routes would take us to certain contingent, yet significant, situations that shaped the experience of both authors. Among these situations are the transformations that induced the Jews of Eastern Europe, and particularly those who lived in Poland, to progressively adopt, throughout the 19th century, perspectives that were common among Jews of Germany and Western Europe. Paul Lazarsfeld came from a Viennese family. Elihu Katz came from a Polish family. Neither could ignore the influence exerted by certain individuals who were familiar with both versions of European Judaism and the process through which a large proportion of East European Jewry came to endorse an "enlightenment" worldview. Those who incited these transformations were blueprints for opinion leaders.

A second potential subtext concerns those inherited practices which led Bourdieu to adopt the notion of "habitus". Among such practices was the Jewish ownership of retail stores, so common in mid-century America. David Riesman (1950) refers to these practices when he offers the gist of the two-step flow in a lapidary formulation: "Mass media were the wholesalers. The peer groups were the retailers of communication industries." Riesman meant to offer a summary of *Personal influence*. He also offered a glimpse at the book's genealogy.

In his famous book *Portrait of the jew*, Albert Memmi (1962) noted that the global notion of Jewishness encompassed very different realities. Among such realities were "Judaism" as a scholarly, authoritarian doctrine and "Judeity" as the contingent, historically bound, lived-in world of Jews. While some of the examples offered by John Peters pointed to Judaism, those I have just proposed exclusively deal with Judeity. The picture I offered is therefore incomplete. I should correct it. For example, both aspects of Jewishness were present throughout the career of Elihu Katz, from the facetious *Voyage of the Bagel* (in which he parodied Charles Darwin's *Voyage of the Beagle*), until his last (and unpublished) book, written with Menahem Blondheim, on the Jewish Carnival of Purim and Communication in the *Book of Esther*.

Elihu was particularly proud of his *Voyage of the Bagel*, a spoof which perfectly illustrated the carnival dimension that John Peters attributed to *Personal influence*. Rather than American movie moguls, Elihu consciously mimicked Groucho Marx as an example of Judeity. On the other hand, he made no mystery of his knowledge of Judaism. Peters' notion of *Personal influence* as a Jewish story would have been much less arbitrary if, instead of *Personal influence*, he had discussed *Media events*,

which Katz repeatedly described as the "high holidays of mass communications." This formulation referred to the universal theme of antistructure. Yet the phrase "high holidays" is the name of a sequence of Jewish festivals (Rosh Hashana, Yom Kippur) during which normal time is suspended to allow for another temporality to emerge, connecting life on Earth to an evocation of the last judgment. "High holidays" spoke of antistructure but with a Jewish accent.

Let me conclude this exploration by stressing that *Media events* was more than a book about democratic resilience. We all know of Pandora's box and the evils it contained, evils that were ready to flow over the Earth, as soon as one opened the box. The Lurianic Kabbalah offers an interesting inversion of this myth. It speaks of vases filled with the light of divine presence. When such vases are broken, and unless one manages to repair them, this light is lost. Repairing the broken vases thus means "repairing the world."

I retrospectively note that practically all the events Elihu and I ended up studying were attempts at putting together societies at risk of dismemberment; attempts at "repairing the vases"; attempts at repairing the world. I was not aware of this subtext when working on *Media events*. I discovered it by responding to John Peters. The idea of a television that, once in a while, repairs might explain the success of our book.

References

Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1944). *Kulturalindustrie - Reason and the mystifcation of masses.* New York Social Studies Association.

Anderson, B. (1983). *Imagined communities. Reflections on the origin and spread of Nationalism*. Verso.

Austin, J. L. (1955, 1962, 1982). *How to do things with words*. Harvard University Press.

Bourdieu, P. (1982). *Ce que parler veut dire*. Seuil.

Douglas, S. J. (2006). Personal influence and the bracketing of Women's History. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, *608*(1), 41–50. https://doi.org/10.1177/0002716206292458

Barthes, R. (1968). L'ecriture de l' evénement. *Communications*, (12), 108-112. https://doi.org/10.3406/comm.1968.1175

Courage, S. (2022, September 1). *Daniel Cohen: « L'homme numérique est à la fois libéral et antisystème* ». L'Obs. https://www.nouvelobs.com/idees/20220901.OBS62632/daniel-cohen-homo-numericus-est-a-la-fois-liberal-et-antisysteme.html

Dayan, D. (I974). The tutor code of classical cinema. *Film Quarterly, 28*(1), 22-31. https://doi.org/10.2307/1211439

Dayan, D. (1977). *Western Graffiti. Dimension paragrammatique des premières séquences d'un film de John Ford*. Clancier-Guénaud.

Dayan, D. (1989). À propos de la théorie des effets limités. *Hermès, La Revue*, *4*(1), 93-95. https://doi.org/10.4267/2042/15361

Dayan, D. (2006). *La terreur spectacle*. De Boek Supérieur.

Dayan, D. (2009). Sharing and showing: Television as monstration. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, 625*(1), 19–31. https://doi.org/10.1177/0002716209338364

Dayan, D., & Katz, E. (1992). *Media events. The live broadcasting of histor*y. Harvard University Press.
Gabler, N. (1988). *An empire of their own: How the Jews invented Hollywood*. Penguin, Random House.
Gitlin, T. (1978). Media sociology: the dominant paradigm in media studies. *Theory and Society, 6*(2), 205–253. http://www.jstor.org/stable/657009
Gitlin, T. (1995). *The twilight of common dreams. Why is America wracked by Culture Wars.* Metropolitan Books.
Katz, E., & Lazarsfeld, P. (1955). *Personal influence. The part played by people in the flow of mass communications*. The Free Press.
Katz, E. (2001). Media effects. In Neil J. Smelser & Paul B. Baltes (Eds.), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (pp. 9472-9479). Elsevier. https://doi.org/10.1016/B0-08-043076-7/04350-3
Katz, E., & Scannell, P. (Eds) (2009). *The end of television. Its impact on the world, so far. (Annals of the American Academy of political and social science).* SAGE Publications.
Liebes, T., & Katz, E. (1990). *The export of meaning*. Oxford University Press.
Marin, L. (1972, 1984). *De la représentation*. Seuil.
Metz, C. (1968, 1973). *Essais sur la signifcation au cinema.* Klincksieck.
Memmi, A. (1962). *Portrait d'un juif*. Gallimard.
Morley, D. (1980). *The 'nationwide' audience: Structure and decoding*. British Film Institute.
Morrison, D. E. (2006). The influences influencing personal influence: Scholarship and entrepreneurship. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, *608*(1), 51–75. https://doi.org/10.1177/0002716206292864
Peters, J. D. (2006). The part played by gentiles in the flow of mass communications: On the ethnic utopia of personal influence. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, *608*(1), 97–114. https://doi.org/10.1177/0002716206292425
Riesman, D., Glazer, N., & Denney, R. (1950). *The lonely crowd*. Yale University Press.
Robinson, G. J. (2006). The Katz/Lowenthal encounter: An episode in the creation of Personal influence. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, *608*(1), 76–96. https://doi.org/10.1177/0002716206293413
Schudson, M. (1989). How culture works: Perspectives from media studies on the efficacy of symbols. *Theory and Society*, *18*(2), 153–180. http://www.jstor.org/stable/657530
Schudson, M. (2006). The troubling equivalence of citizen and consumer. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, *608*(1), 193–204. https://doi.org/10.1177/0002716206291967
Simonson, P. (2006). Introduction. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, 608*(1), 6–24. https://doi.org/10.1177/0002716206292527
Slezkine, Y. (2004). *The jewish ventury*. Princeton University Press.
Summers, J. H. (2006). Perpetual revelations: C. Wright Mills and Paul Lazarsfeld. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, *608*(1), 25–40. https://doi.org/10.1177/0002716206292374
Turner, V. (1969). *The ritual process: Structure and antistructure.* Cornell University Press.
Wagner-Pacifici, R. (2017). *What is an event? (And are we in one?).* Chicago University Press.
White, H. (1973). *Metahistory.* John Hopkins Press.
Wright Mills, C. (1959). *The sociological imagination*. Princeton University Press.

Biographical note

Daniel Dayan is a French social scientist born in 1943. He is Director Emeritus of Research at Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS). He was a fellow of the Marcel Mauss Institute at Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales and of the Levinas European Institute. Among many other activities, Dayan was Professor of Media Theory at the Institut d'Etudes Politiques (Sciences Po) Paris, Professor of Media Sociology at the University of Geneva and a Hans Speier Visiting Professor at the New School for Social Research (New York, USA).

Address: 6 East 16th Street, 7th Floor
New York, NY 10003

How to cite

Dayan, D. (2022). Remembering two friends, revisiting two books: Personal influence and Media events. *Revista Media & Jornalismo, 22*(41), 41-58. https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_2

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Quando Mário Mesquita entrevistou Elihu Katz

When Mário Mesquita interviewed Elihu Katz

https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_3

Telmo Gonçalves
ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social, Portugal
telmo71.goncalves@.com

Submetido: 2022/04/30 | Aceite: 2022/08/29
Submitted: 2022/04/30 | Accepted: 2022/08/29

Resumo

Pretende-se neste trabalho assinalar os desaparecimentos recentes de Elihu Katz e Mário Mesquita, fazendo uma homenagem a estes dois autores que se cruzaram, tendo como móbil principal a teoria dos acontecimentos mediáticos (*media events*). Estabelece-se, em primeiro lugar, um enquadramento sobre a importância desta teoria dos média criada por Elihu Katz e Daniel Dayan no trabalho de divulgação académica e reflexão teórica de Mário Mesquita. Procede-se, em segundo lugar, à reedição de uma entrevista a Elihu Katz, publicada por Mário Mesquita em 2003, na qual o sociólogo norte-americano expõe o seu pensamento acerca das transformações da esfera pública contemporânea – dos efeitos da Internet e dos então novos *media* ao nível da cidadania e da vida democrática – e da própria evolução da teoria dos acontecimentos mediáticos num ambiente marcado pela pulverização e globalização mediáticas.

Palavras-chave

acontecimentos mediáticos, Elihu Katz, Mário Mesquita, esfera pública, internet e novos *media*

Abstract

The purpose of this paper is to mark the recent passing of Elihu Katz and Mário Mesquita, paying tribute to these authors who crossed paths having as their main motive the theory of media events. Firstly, a framework is established on the importance of this media theory developed by Elihu Katz and Daniel Dayan in Mário Mesquita's academic work. Secondly, we republish the interview with Elihu Katz, published by Mário Mesquita in 2003, in which the American sociologist shared his thoughts on the transformations of the contemporary public sphere – the effects of the Internet and the new media (at the time) on citizenship and democratic life –, and on the evolution of the theory of media events in an environment characterised by media pulverization and globalization.

Keywords

media events, Elihu Katz, Mário Mesquita, public sphere, internet and new media

Menos de cinco meses separam os desaparecimentos recentes de Elihu Katz e Mário Mesquita. Dois intelectuais e académicos que se conheceram, conviveram, cruzaram experiências, saberes e, cada um nas suas circunstâncias e contextos, influenciaram várias gerações de estudantes e investigadores dos *media* e do jornalismo. A associação dos dois nomes afigura-se-nos como um dado absolutamente incontornável no contexto dos estudos dos *media* e do jornalismo em Portugal. O pensamento de Elihu Katz constituiu uma das mais importantes inspirações a nível internacional do trabalho académico de Mário Mesquita, que retribuiu o estímulo intelectual transformando-se de forma muito natural num dos principais divulgadores e precursores entre nós do longo trabalho deste autor pioneiro na pesquisa sobre a comunicação e os *media*.

Destaca-se, desde logo, a publicação em língua portuguesa da obra *Media events – The live broadcasting of history* (*A história em direto – Os acontecimentos mediáticos na televisão*), na qual Elihu Katz e Daniel Dayan deram a conhecer em 1992 a sua teoria dos *media events*. Deve-se a Mário Mesquita a publicação desta obra de referência, na coleção *Comunicação*, que o próprio criou e dirigiu durante a sua longa colaboração com a editora MinervaCoimbra.

A teoria dos acontecimentos mediáticos (*media events*) encontrou no trabalho de Mesquita um dos ecos mais produtivos para os estudos dos *media* e do jornalismo, como é reconhecido pelos próprios autores. "Mário Mesquita trouxe para o nosso trabalho a rica experiência que ganhou com as suas três vidas, como académico, jornalista e ator político. E claro, tornou-se nosso amigo", contam Dayan e Katz na abertura do *dossier* de revisitação da teoria dos *media events* do livro de homenagem a Mário Mesquita, *A liberdade por princípio* (2021). Curiosamente o único texto do próprio que consta da obra em sua homenagem é o artigo em inglês resultante de uma conferência proferida, em julho de 2000, num encontro dedicado à teoria dos *media events*, organizado em Londres pelas universidades de Westminster e Stirling. Neste artigo, Mário Mesquita analisa a cobertura televisiva em direto do funeral de Francisco Sá Carneiro (1980) enquanto cerimonial televisivo, tendo como referência o quadro concetual cunhado por Katz e Dayan; um trabalho que de certa forma representa o projeto de doutoramento que Mário Mesquita abraçava então e que encontrava na teoria dos acontecimentos mediáticos a sua ancoragem teórica de base[1].

A reflexão profunda e o questionamento de Mário Mesquita sobre as virtualidades e os limites da aplicação do quadro concetual dos *acontecimentos mediáticos* deram origem a uma variedade de textos teóricos, muitos dos quais o autor agregou no capítulo final do seu *O quarto equívoco*, e que constituem, do ponto de vista teórico, a parte mais densa e homogénea da sua obra académica de maior fôlego. No conjunto desses seis textos, encontramos autênticas sessões de genealogia e anatomia das *telecerimónias* enquanto género televisivo, num debate constante do autor com as conceções desenvolvidas por Katz e Dayan. Questionando, por exemplo, a relevância atribuída à participação do público, como se a sua presença pudesse representar um sentido acrescentado em acontecimentos que na realidade são

[1] O artigo mereceu um comentário detalhado de Elihu Katz e um comentário posterior de Mário Mesquita, ambos publicados no "Dossier *Media Events*" na obra de homenagem *A liberdade por princípio* (2021, pp. 683-691).

concebidos como atos performativos do poder, com as suas coreografias e guiões próprios. Desafiando a própria designação do conceito enquanto *media events*, ao qual contrapõe a noção de *acontecimentos cerimoniais*. Defendendo que nem todos os acontecimentos mediáticos se constituem em cerimónias públicas. Testando os limites da aplicação operativa do conceito na análise de acontecimentos mediáticos como os funerais do Imperador Hirohito, ou a reconfiguração televisiva da missa cantada que precedeu o cortejo fúnebre de Francisco Sá Carneiro. Desafiando as fronteiras que delimitariam as três categorias de acontecimentos cerimoniais avançadas pelos autores – *coroações*, *competições*, *conquistas*. Ou ainda sistematizando as várias dimensões críticas (lexical, sintática, semântica, pragmática e ideológica) suscitadas pelos estudos de Katz e Dayan sobre os *media events* (2004, pp. 281-365).

A própria metáfora do *O quarto equívoco*, o feliz título que Mário Mesquita deu à sua obra, através da qual podemos rapidamente sintetizar a complexidade da tradicional problemática do poder e dos efeitos dos *media* perante conceções mais lineares e próximas de uma ideia de *media* todo-poderosos, não é, certamente, alheia à inspiração e ao reconhecimento suscitados pelas pesquisas de Elihu Katz sobre os efeitos dos *media* e a importância da influência interpessoal na mediação das relações dos indivíduos com as comunicações de massas, desde a teoria dos efeitos limitados (*two step flow of communication*) à abordagem da escola dos "usos e gratificações"… Abordagens teóricas que marcam a história e o conhecimento da pesquisa sobre as comunicações de massa e tiveram sempre presença assídua nas disciplinas de *Teorias do Jornalismo* dirigidas por Mário Mesquita.

Encontros na Arrábida

Elihu Katz e Mário Mesquita mantiveram ao longo de mais de duas décadas uma relação de proximidade que ultrapassou várias distâncias (geográficas, etárias, percursos de vida). Katz foi presença central em vários encontros académicos organizados por Mesquita. Quando estava de visita a Lisboa, mesmo para outros compromissos académicos, Mesquita fazia questão de organizar um encontro – regra geral, um jantar – com Elihu e Ruth Katz, sua mulher, para o qual convidava alguns amigos chegados e familiares. O convívio rapidamente se transformava em tertúlia aberta a todos os temas que pontuassem as "inquietações" do momento, muito para além do campo dos *media* e da comunicação, numa conversa sempre bem-humorada e animada pela curiosidade natural de Elihu e a sagacidade fina de Ruth.

Entre os encontros académicos organizados por Mário Mesquita sobressai o ciclo de conferências, em julho de 2003, sob o tema *Os Acontecimentos Mediáticos, a Televisão e a Sociedade Civil*, realizado no âmbito das Conferências da Arrábida. Durante três dias, Mário Mesquita reuniu investigadores nacionais e estrangeiros no Convento da Arrábida para debater diretamente com os pais da teoria dos *media events* o papel dos *media* no "pós-11 de Setembro" e a pertinência dos seus conceitos teóricos para compreender os tempos desafiantes que se desenhavam. No painel de discussão apresentava-se um panorama mediático em profunda reconfiguração, ou mesmo convulsão, ainda a viver o trauma do "superterrorismo" hipermediatizado, num clima de explosão informativa, por via da televisão globalizada 24 horas por dia

e dos então designados "novos *media*" emergentes, num regime já de progressiva erosão da influência dos "*media* tradicionais" perante uma fulgurante afirmação da Internet a todos os níveis das nossas vidas.

Cristina Ponte (2021, p. 43) recorda desse encontro o momento em que sentiu "um arrepio na sala quando, na sua intervenção, Elihu Katz riscou no quadro branco as designações de momentos de celebração política e simbólica (coroações, competições e conquistas) e sublinhou que a teoria dos acontecimentos mediáticos como suportes de consensos sociais precisava de ser revista em tempos estilhaçantes como aqueles". Para admiração e surpresa dos presentes, um dos fundadores das pesquisas sobre a comunicação e os *media*, depois de décadas de estudo e investigações, "estava disposto a pensar tudo de novo" (Ponte, 2021, p. 44).

O ciclo de conferências teve um momento destacado com o lançamento de uma pequena antologia organizada por Mário Mesquita, na sua coleção *Cadernos Minerva*, intitulada *Televisão e públicos no funeral de Diana*, composta por três textos[2]. Entre os quais, uma entrevista com Elihu Katz, realizada em 22 de junho de 2000, no contexto de uma visita a Portugal para participar em sessões do seminário que Mário Mesquita então coordenava no mestrado em Ciências da Comunicação da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.

O adeus a Diana – O feminismo contra a família real foi o título com que a entrevista originalmente se apresentou aos leitores. Título consonante com o espírito da obra e do evento académico do seu lançamento, mas necessariamente curto para espelhar toda a abrangência e o alcance que entrevistador e entrevistado procuraram atingir. Trata-se, na realidade, de uma entrevista de largo espetro, que pretende explorar o pensamento do sociólogo norte-americano acerca das mudanças da esfera pública contemporânea, dos efeitos da Internet ao nível da cidadania e da vida democrática, da validade presente e futura da teoria dos acontecimentos mediáticos num ambiente de pulverização e globalização mediática.

A conversa aprofunda o pensamento de Elihu Katz sobre a evolução da "esfera pública" contemporânea, partindo desde a noção de "esfera pública burguesa" e sua diluição na teoria de Jurgen Habermas, passando pela importância da *conversação* na teoria de Gabriel de Tarde – "o herói" de Katz –, testando a validade da teoria dos efeitos limitados de Paul Lazaresfeld e Katz perante uma realidade social com *media* muito mais poderosos e globalizados, até à visão crítica de Michael Schudson de uma *conversação* anulada e substituída pelos novos *media*.

Uma teoria selvagem

Neste percurso, o entrevistado deixa uma "teoria selvagem", necessariamente crítica, sobre a esfera pública contemporânea na era da Internet. Os "novos média fragi-

[2] Uma entrevista com Elihu Katz que percorre o pensamento do autor sobre várias temáticas da análise dos *media* e do jornalismo e da sua obra e que aqui reproduzimos; uma entrevista com Daniel Dayan dedicada ao esclarecimento de aspetos associados à utilização do conceito de acontecimentos mediáticos (ou telecerimónias); e, por fim, um artigo em que Daniel Dayan analisa o funeral de Diana, Princesa de Gales, pela lente da teoria dos acontecimentos mediáticos (2003).

lizam a nação", à medida que a "sociedade de redes" para a qual somos empurrados através da Internet se afasta das instituições democráticas. "Ao contrário de autores que sustentam que vivemos numa democracia sem cidadãos, a Internet e os novos média criam cidadãos sem democracia", afirma Katz (2003, p. 9). O problema já não é estarmos a viver uma "Democracia sem cidadãos", como sugeriu a obra de Robert Entman (1989), mas sim termos "cidadãos sem democracia". Adverte, no entanto: "Mas essa é a ideia selvagem que eu tenho, por favor, afastem-se dela!" (Katz, 2003, p. 14).

Teoria selvagem que sugere a Mesquita uma nota de "algum pessimismo" do autor quanto à possibilidade de uma revitalização da vida democrática, impulsionada pela corrente dos novos *media* e da globalização, contrariando assim espíritos mais otimistas do momento. A tese provocatória enunciada ali por um dos principais impulsionadores da pesquisa sobre as comunicação de massas, mais do que uma análise sobre a realidade social emergente em inícios do novo milénio, ressoa sobretudo como alerta à navegação para o que se estava a desenhar com a nova "sociedade em rede" – hoje diríamos "sociedade digital" – e suas potenciais perversões (ou mesmo "disfunções") para a estruturação do debate público, com impacto sobretudo ao nível da coesão social e da existência de uma comunidade política assente em valores e regras próprias das instituições democráticas.

Da análise da esfera pública contemporânea, a conversa evolui para a exploração da base conceptual que está na origem da teoria dos acontecimentos mediáticos. Mário Mesquita procura esclarecer o que separa os *acontecimentos mediáticos*, o papel da televisão cerimonial, do pensamento crítico da Escola de Frankfurt; se não se trata da continuação por outros meios de um debate antigo entre a teoria do modelo de comunicação em duas etapas (Lazarsfeld & Katz) e as conceções da teoria crítica? Elihu Katz reconhece a condição "emocional" das telecerimónias, indo assim ao encontro do diagnóstico crítico segundo a perspetiva da Escola de Frankfurt. Mas rapidamente se dissocia desta quando sustenta, com apoio em Durkheim e na sociologia funcionalista, a importância de as sociedades viverem os seus cerimoniais de união, que são uma condição essencial para promover a solidariedade social.

O entrevistador procura então aprofundar as diferenças entre as três categorias de acontecimentos mediáticos avançadas por Dayan e Katz – *competições*, *conquistas* e *coroações*. Questiona a utilização da noção de *acontecimento*, mais associada a *acontecimentos noticiosos*, eventos mais conflituais, mais disruptivos, para definir acontecimentos que existem enquanto *cerimónias* vividas coletivamente através da televisão (*telecerimónias*). Sugere, na esteira da interpretação francófona, *acontecimento cerimonial* como uma designação porventura mais adequada. Katz manifesta algumas reservas quanto à sugestão, embora conceda para efeitos de tradução. Mas, no essencial, reafirma sempre a importância dos acontecimentos mediáticos, nas suas três categorias, e o seu caráter cerimonial, como rituais de revisitação dos valores centrais de uma sociedade. "Mesmo em acontecimentos mais racionais, há uma reiteração do compromisso com as regras, as pessoas estão cientes disto, é uma socialização dos rituais democráticos…", defende Katz (2003, p. 18).

Nesta sequência Mesquita sugere agora a análise de acontecimentos de dimensão cerimonial temporalmente mais próximos. Katz centra-se no funeral de Diana de Gales, que vê como uma "conquista" e não uma "coroação", na medida em que "forçou a família real a abandonar a sua posição de ostracismo"; uma conquista em

nome do feminismo contra o conservadorismo da coroa britânica. Seguem-se, na observação de Katz, a transferência da administração de Hong Kong para a China, uma "coroação" vista por diferentes perspetivas consoante os países envolvidos; e a visita de João Paulo II a Israel, também uma cerimónia de "coroação" entre múltiplas expetativas conflituais.

E haverá espaço para os acontecimentos mediáticos no futuro, com a multiplicação e pulverização de meios de comunicação e sua crescente globalização? Elihu Katz elabora sobre a questão, mas deixa a resposta em aberto, na incerteza sobre as possibilidades reais de interseção entre as dimensões nacional e global.

É este o percurso da entrevista que os leitores são agora convidados a conhecer (ou a revisitar). A sua leitura leva-nos a escutar uma bela conversa entre dois homens com percursos, experiências, conhecimentos, culturas e espíritos académicos ímpares, e a formular pontos de apoio para continuar a dar sentido crítico – como certamente os dois aprovariam – ao debate sobre os *media*, o jornalismo e os seus efeitos nas nossas sociedades.

O adeus a Diana
– O feminismo contra a família real[3]

Mário Mesquita – Quando se refere à esfera pública e mediática, na atualidade, utiliza o conceito no mesmo sentido que lhe foi dado por Jurgen Habermas?

Elihu Katz – Sim, refiro-me ao mesmo conceito, embora Habermas fosse totalmente pessimista. Gostaria de fazer a ligação entre Habermas e o meu "herói", Gabriel Tarde. Ambos partilham a ideia de que a esfera pública é constituída por quatro componentes: imprensa, conversação, opinião e ação. Ora, tanto no tempo de Tarde como no espaço público iluminista estudado por Habermas, a imprensa resumia-se aos jornais. Hoje diríamos "media". Então, seria: media, conversação, opinião e ação.

Isso significa, idealmente (trata-se de um modelo ideal), que a interação entre estes quatro elementos constitui uma esfera pública em que os cidadãos, agindo de forma independente do governo, são informados pelos media de deliberações governativas, problemas sociais e outros, juntam-se para discutir (no tempo de Tarde e na época estudada por Habermas havia aquela visão romântica das reuniões nos cafés, em que as pessoas tinham um "menu" e uma agenda de debate), chegam a formar algumas opiniões e estas, através da interação, adquirem dimensão pública.

A imprensa volta, novamente, a intervir, para representar estas opiniões. Como resultado deste processo, geram-se dois tipos de ação: ao nível da escolha individual, através da opção por uma moda ou um produto; outra, ao nível do governo, que, ao interpretar como uma forma de pressão a opinião pública representada na imprensa, procura agir em conformidade com ela, ou pelo menos, sem a afrontar demasiado.

M.M. – Considera que, atualmente, a conversa ainda desempenha o mesmo papel na esfera pública, embora as imagens preponderem nos meios de comunicação e os fluxos internacionais sejam mais fortes do que no séc. XVIII?

[3] Entrevista de Mário Mesquita a Elihu Katz (2003, pp. 9-20).

E.K. – É por isso que Habermas afirma que a situação atual é tão diferente da chamada "esfera pública burguesa" do séc. XVIII. A independência da sociedade civil foi comprometida pela invasão do "big government", das grandes empresas mediáticas e da manipulação. A produção das imagens tornou-se central na sociedade moderna e "esmagou" a racionalidade que presumivelmente caracterizava a sociedade cívica. Por isso Habermas sustenta que regressámos ao tempo dos reis, em que o monarca aparecia nos seus trajes majestosos, deslumbrava e hipnotizava o povo com a sua legitimidade e autoridade, dizendo "L'état c'est moi". Na sua teoria, voltámos a esse tempo. A influência da sociedade civil está muito reduzida porque as grandes corporações e os governos têm muito poder. Proliferam os agentes de relações públicas. A racionalidade da conversação está comprometida pela enorme quantidade de imagens, por tanta manipulação, por tanto cinismo.

M.M. – Concorda com essa posição?

E.K. – Bem, eu sempre tive alguma esperança. Efetuei alguns estudos, em 1999, nos Estados Unidos, conjuntamente com dois colegas, da Universidade de Annenberg, na Pensilvânia, Robert Wyatt, do Tenessee, e Joohan Kim, que estava a estudar numa pós-graduação em Pennsilvanya e, depois, voltou para a Coreia. Usando esta fórmula (media, conversação, opinião, ação), encontrámos uma correlação muito elevada entre exposição ao jornalismo político e a conversa sobre a política (definindo "política" de forma muito geral, incluindo educação, crime, etc.), isto é, entre media e conversação. Também verificámos a correlação entre conversação e opinião, mas essa relação é mais complexa.

Partimos da hipótese de que a conversação tornaria a opinião mais consistente e racional. Se um indivíduo tivesse uma opinião à esquerda, no assunto A, num contínuo esquerda-direita, também teria uma opinião à esquerda no assunto B. Mas não confirmámos isso, o que é interessante. Descobrimos que mais conversas sobre assuntos políticos geram mais opiniões, medidas a partir de uma pesquisa, o que se traduz no número de perguntas a que as pessoas respondem sem dizer "não sei".

O mais interessante é que as pessoas que têm mais conversas políticas sabem mais sobre a opinião dos outros. Encontrámos esta correlação entre media, conversação, opinião e ação, entendendo-se aqui ação por participação em campanhas políticas, empenho em questões relacionadas com o bem comum e outras intervenções cívicas. Mas isto são correlações. Não significa que se apliquem a um grande número de pessoas. Permitem concluir apenas que os cidadãos que recebem informação política através dos media conversam mais sobre esses temas, desenvolvem opiniões mais sofisticadas e participam em mais ações políticas. Mas isso não se aplica, de modo algum, à maioria da população...

M.M. – Qual a sua opinião sobre as teses de Michael Schudson acerca do lugar da conversa na esfera pública contemporânea?

E.K. – Schudson tem uma visão diferente. Considera que conversação política é uma contradição nos termos, corresponde a um oximoro. A conversa, em seu entender, é casual, agradável, não é focada, vagueia sobre vários assuntos, enquanto a política é desagradável, conflitual e orientada para a produção de legislação, o que, em seu entender, corresponde a ação política.

Pessoalmente, discordo de Michael Schudson, designadamente no livro *The Good Citizen*, porque define a conversa política enquanto exercício de argumentação apenas

com alguém com quem não se está de acordo, conforme acontece no Parlamento. Schudson considera que o Parlamento é o único lugar e sítio mais adequado para a conversa política, enquanto as restantes pessoas devem ter uma vaga ideia do que se discute para saberem como votar nas próximas eleições. Não reserva um papel importante aos cidadãos, exceto na reclamação de direitos.

Discordo do ponto de vista de Schudson porque, embora a maioria das pessoas falem de política com indivíduos que, no essencial, partilham das mesmas opiniões, isso não significa que as opiniões não sejam relevantes, ou que essas pessoas não participem na ação política. Pelo contrário, em meu entender, conversar sobre política com alguém que possui a mesma opinião é uma espécie de ensaio para discutir com pessoas das quais discordamos.

M.M. – Como vê o papel dos media nessa relação entre a política e o cidadão. Concorda com o ponto de vista de cidadãos, como a reitora da sua Universidade (Annenberg, Pensilvânia), Kathleen H. Jamieson, que se refere a uma espécie de "espiral do cinismo" na relação entre as instituições políticas, os media e os cidadãos?

E.K. – Num extremo está a posição, em parte concordante com a de Michael Schudson, segundo a qual os novos media ocupam o lugar da conversação. Esta posição não é idêntica à de Schudson, no que se refere ao papel do Parlamento, mas coincide com o ponto de vista segundo o qual as pessoas assistem aos *talk-shows* e que isso funciona num sucedâneo da sua própria conversa. Outra posição é aquela que considera que as pessoas que veem estes debates se tornam mais cínicas, e seria o jornalismo – ele próprio cínico, visto que deixou de ser ideológico, que seria criador desse cinismo. Isso não me parece tão evidente, embora algumas pessoas pensem que sim, por exemplo Baumann, sociólogo inglês, da Universidade de Leeds. Provavelmente, sou demasiado ingénuo (risos)...

M.M. – Não acredito nessa sua ingenuidade... Estabeleceu uma conexão entre a obra de Gabriel Tarde e a teoria da comunicação em duas etapas (two step flow of communication) de Lazarsfeld e Katz, formulada nos anos 50. A sua tese continua válida nos nossos dias, numa sociedade em que o contexto mediático é mais poderoso ainda se mantém o papel de intermediário dos líderes de opinião?

E.K. – Continua válida, a meu ver, nas relações pessoais. Gabriel Tarde dizia que os jornais eram ineficazes se não houvesse conversa. Essa ideia refletiu-se e inspirou a teoria do fluxo de comunicação em duas etapas de Paul Lazarsfeld. Em nosso entender, a "sociedade de massa" não é um bom modelo, porque as pessoas estão inseridas em redes de comunicação interpessoal, onde há determinados membros especializados em certos tipos de conhecimento que são procurados por outros indivíduos para influenciar a sua ação. No modelo clássico de Lazarsfeld, qualquer membro da família pode ter essa função: não é um líder de opinião que está colocado numa torre, mas apenas o marido a sugerir à mulher em quem votar, ou um amigo que aconselha a investir o dinheiro...

M.M. – Esse modelo de redes comunicacionais permanece válido?

E.K. – Estamos a regressar a uma sociedade de redes, principalmente através da Internet. Estamos a ser empurrados para sociedades de redes. Receio é que estas redes já não estejam ligadas a instituições democráticas. Tenho uma teoria selvagem. Não sei se a quer ouvir?...

M.M. – Com certeza, especialmente se é selvagem...

E.K. – Gabriel Tarde abordava dois tipos de influência mediática: uma funcional, ao nível da conversa sobre a imprensa; outra institucional, na medida em que a imprensa permite unificar o país, no período de construção das nações na Europa, ao mesmo tempo que fragiliza o estatuto do Rei. Até ao surgimento da Imprensa, só o rei sabia o que se passava nos vários locais do país, porque tinha espiões ou burocratas ao seu serviço.

Apliquemos esta teoria de Tarde aos media posteriores à imprensa: rádio, televisão e Internet. No plano funcional, a rádio libertou as pessoas iletradas, motivando mais conversas. No plano tecnológico, tal como a imprensa fragilizou o Rei, a rádio enfraquece o Parlamento. Porquê? Porque Roosevelt podia "desintermediar" – isto é, passar por cima do Congresso. Hitler podia mesmo abolir o Reichstag e restabelecer a ligação direta entre a população e o líder, tal como disse McLuhan, que chamou à rádio "voz tribal".

A imprensa tem um efeito positivo ao nível funcional e enfraquece o poder do rei, o que também é bom. A rádio, usando a mesma lógica, produz o mesmo efeito funcional, mas fragiliza o poder do parlamento, que é uma instituição democrática. Tarde também afirmou que a imprensa não só ameaçava o poder do Rei, como introduzia a regra da maioria, tornando-a possível em termos parlamentares, porque até esse tempo as pessoas tinham uma ideia do seu país como comunidade imaginária, pensavam apenas na "sua região".

À medida que a nação tomou forma, graças à imprensa, as pessoas perceberam que a regra da maioria podia funcionar. Aplicando esta lógica à rádio, diria que serviu a democracia ao nível funcional, mas também impulsionou o poder de grandes líderes com tendências "imperialistas", como Richard Nixon. E depois, o que faz a televisão? Por um lado, prossegue o processo de emancipação, mas, ao nível tecnológico, transforma a política por dentro e enfraquece os partidos, que se baseiam em relações com os líderes dos blocos...

M.M. – E como interpreta, nesse quadro, a internet e os novos media?

E.K. – Se a imprensa enfraquece o Rei, se a rádio enfraquece o parlamento, se a televisão enfraquece os partidos políticos, a internet e os novos media enfraquecem a nação. Porquê? A própria televisão está atualmente segmentada, já não funciona enquanto meio de integração nacional. Ao contrário da imprensa, rádio e televisão, que se foram sucedendo como meios de construção do quadro nacional, a internet é tudo menos isso, tal como a televisão também já não é. A Internet é individualização, por um lado, e globalização, por outro. Os novos media fragilizam a nação. É essa a minha teoria selvagem.

M.M. – Fragilizam a nação e tentam criar uma nova esfera pública global? Ou isso é totalmente impossível?

E.K. – Parece-me impossível, mas posso estar enganado. Não pode haver cidadãos sem democracia. Por um lado, há mais participação, se não considerarmos a questão do cinismo. Por outro lado, não é claro que haja alguma coisa em que participar: nem partidos políticos, nem parlamento, nem nação. Mas essa é a ideia selvagem que eu tenho, mas, por favor, afastem-se dela!

M.M. – Está a dizer que a conversação se mantém, mas numa espécie de vazio?

E.K. – Sim, é isso mesmo. Há um livro de Robert Entman intitulado *A democracia sem cidadãos*… Pelo meu lado, sustento que, com a internet e os novos media, há

cidadãos sem democracia. Entman, tal como Schudson, defende que a democracia funciona sem cidadãos, considero que temos cidadãos sem democracia. Mas é apenas uma teoria selvagem. Não se deve levá-la muito a sério...

O lado cerimonial das competições

M.M. – Quando começou a trabalhar com Lazarsfeld no modelo da "comunicação em duas etapas" entraram implicitamente em polémica com a Escola de Frankfurt, em particular com Adorno. O seu trabalho, em conjunto com Daniel Dayan, sobre os acontecimentos mediáticos e a televisão cerimonial, não será ainda um prolongamento desse debate com a Escola de Frankfurt?

E.K. – Não. Neste trabalho, estamos mais próximos da perspetiva da Escola de Frankfurt. Defendemos que estes eventos cerimoniais têm um grande poder, são emocionais, não têm o carácter racional defendido por Tarde e Habermas. São acontecimentos que celebram o sistema. Nas sociedades democráticas, há mais "competições", dos três tipos de eventos que definimos, o que é um paradoxo, porque estas orientam-se por regras legais que são racionais, e no entanto desenrolam-se de forma cerimonial. Tal como dissemos ontem no seminário, em princípio uma luta deveria dividir as pessoas, e isso é assim porque o herói são as regras. Aceita-se o julgamento do vencedor, e sabe-se que haverá outra oportunidade de ganhar para o ano. Mas é muito delicado. Neste sentido, nós afirmamos que nas sociedades democráticas é possível haver eventos cerimoniais sob a forma de "competições", e é provavelmente mais característico...

M.M. – …Mas as "competições" não serão os eventos menos cerimoniais?

E.K. – Menos cerimoniais, em que sentido?...

M.M. – São mais argumentativas...

E.K. – Não, se estivermos a torcer pela nossa equipa...Não é muito argumentativo ir para o campo de futebol e começar a lutar. É delicado, tem que haver regras democráticas para que estes eventos funcionem. Assim, em primeiro lugar, nós consideramos que as "competições" são eventos mediáticos. Em segundo lugar, consideramos que a televisão, nas sociedades democráticas, é independente do governo, em termos normativos, e pode recusar um acontecimento mediático. Também pode negar ao Presidente dos Estados Unidos uma transmissão, ou exigir o contraponto da oposição. E consideramos que as "competições" têm esse lado racional que referiu, presente nos debates, convenções, julgamentos. E todos têm uma forma cerimonial.

M.M. – Estava a referir-me às competições políticas, como os teledebates, que são, de todos os "media events" aqueles que, porventura, mais se aproximam daquilo que Habermas designava por "esfera pública", e as "coroações" aqueles que melhor se integram naquilo que este autor designava por "representação"?

E.K. – Sim, absolutamente. Perguntava-me há pouco acerca do debate Lazarsfeld/Adorno. Estamos mais próximos, de certa forma. Há uma referência no livro, que V. leu mais recentemente do que eu, à relação com a Escola Crítica. Se aceitarmos, o que é controverso, que o modelo dos "efeitos limitados" foi precedido por um "modelo hipodérmico" ou dos "efeitos poderosos", isso é muito próximo da Escola de

Frankfurt, apenas difere no que diz respeito à persuasão, um efeito a curto prazo, enquanto a Escola de Frankfurt teorizava efeitos a longo prazo.

Quanto às "conquistas" e "coroações", Durkheim diria que mesmo as sociedades mais racionais precisam de um certo tipo de cerimonial, uma certa expressão de solidariedade, sejam feriados religiosos ou civis. Se morreram soldados numa guerra, e há um dia de memória, trata-se de um cerimonial de união. A Escola de Frankfurt não gostaria disto, porque é de certa forma uma manipulação, mas é, de acordo com os teóricos funcionalistas, crucial para a solidariedade social. Há teorias sobre os feriados em geral que defendem que a sociedade sublinha a divisão do trabalho, e Durkheim insere-se nelas. Isto sobre as "coroações". Quando um grande líder morre assassinado, como John F. Kennedy, as pessoas tiveram realmente necessidade de se juntar e partilhar a sua dor. A "conquista" é interessante nas sociedades democráticas. A Rússia nunca, pelo menos ao início, arriscou a transmissão em direto de um lançamento espacial, não podiam correr o risco de falhar publicamente, enquanto os Estados Unidos expuseram-se a isso. Se a nossa definição é correta, "coroações" e "competições" são baseadas em regras e tradição, têm uma constituição racional. As "conquistas" são contra as regras, são carismáticas, desafiam as regras, é uma expressão de uma liderança que se impõe, esperando que a opinião pública a acompanhe, o que pode acontecer.

M.M. – Talvez seja por isso que as "conquistas" são tão ambíguas, tal como o conceito de carisma em Max Weber, que foi muito criticado, por questionar a liderança democrática. Alguns académicos pensam que os acontecimentos mediáticos são um conceito e uma teoria importantes, mas consideram que a designação não é adequada, porque no senso comum e na linguagem jornalística o termo está associado a acontecimentos noticiosos, a eventos conflituais. Por exemplo, um historiador francês, Pierre Nora, afirma, num artigo que escreveu em 1974 para a revista francesa Communications, que não há acontecimentos felizes. Ele considera que o acontecimento é disruptivo, como um vulcão.

E.K. – Quando lhes chamámos acontecimentos mediáticos, sabíamos que havia alusões intertextuais, que contrariavam a nossa ideia. Daniel Boorstin escreveu sobre pseudo-acontecimentos. Depois, há também o uso comum do termo, em que a designação nomeia qualquer coisa que envolva a nação inteira, um acidente, um escândalo, um ataque terrorista... Uma versão mais sofisticada deste último uso defende que os acontecimentos mediáticos são aqueles que não chegariam a ter atenção se os media não os exagerassem. Isto é uma questão de agendamento (agenda setting). Veja-se o exemplo do caso Monica Lewinsky. É muito interessante ver que a opinião pública tenta recusar o acontecimento como algo que mereça tanta atenção dos media por um período tão prolongado. Os críticos chamaram-lhe acontecimento mediático, não no sentido que nós lhe atribuímos, mas no sentido do uso comum do termo ou da sua versão sofisticada que considera que os media estão a exceder-se. E a opinião pública, efetivamente, disse com clareza aos media que este tipo de mexericos não era o trabalho deles. Isto foi um exemplo muito interessante em que o próprio público disse aos media que estavam a inflacionar um acontecimento para além do seu valor. Penso que no uso comum do termo, este é o criticismo mais sofisticado da expressão, mas é diferente do sentido que Dayan e eu lhe damos. Tentámos reservar o uso deste termo para acontecimentos celebrados

pelos media, mas que já tinham um sentido social, não são invenções ou inflações, mas qualquer coisa que merece o estatuto de ser transmitido para a sociedade civil ou para a nação, de modo a proporcionar uma experiência partilhada, num sentido cerimonial. É possível também ter experiências partilhadas num ataque terrorista, ou numa guerra ou num grande conflito, mas nenhuma destas experiências tem um sentido cerimonial.

M.M. – "Acontecimento cerimonial" seria mais adequado?

E.K. – Talvez. Na tradução francesa aproxima-se disso: televisão cerimonial. Temos alguma ambivalência quanto a isso. Mas há muitos jornalistas que querem promover o livro que já está atualmente traduzido em sete idiomas.

M.M. – Quando na vossa investigação se referem a ritual e a acontecimentos partilhados, Paddy Scannel considera, na crítica ao vosso livro, que estão a aplicar nomes velhos a fenómenos novos. Quando Dayan e Katz se referem a ritual, trata-se apenas de uma metáfora? Há realmente uma dimensão ritual nestas cerimónias?

E.K. – Há um aspeto ritual em toda a gama destes acontecimentos. Há expressões rituais: as pessoas juntam-se para assistir à cerimónia, servem bebidas para marcar a ocasião, brindam, choram, telefonam a outras pessoas que também estão a assistir, expressam algum compromisso, preocupação ou mesmo reavaliação dos valores fundamentais da sociedade. Não sei se querem chamar-lhe ritual ou não, mas o que constitui a ritualidade são os gestos simbólicos em comunhão com um valor central da sociedade. No Natal, há um ritual da Igreja, da família, na tradição judaica há um jantar com um aspeto litúrgico, etc. Consideramos o casamento real como um acontecimento cerimonial. E aqui deparamo-nos com um dilema teórico: como pode haver um ritual único? Ritual presume repetição. Respondemos a isso, em relação ao casamento real, alegando que as pessoas estão enquadradas no simbolismo. Dou-lhe um bom exemplo: tive uma aluna, natural da União Indiana, que estudou a transmissão televisiva do funeral de Indira Ghandi. Nessa investigação, relatava que, antes do início do programa, os empregados foram convidados a assistir no salão principal da casa, lavaram as mãos antes de o programa começar, vestiram-se especialmente para a ocasião, etc. Estes são gestos rituais. Tal como os que têm lugar num jogo de futebol: as pessoas fazem claque, discutem, dizem piadas... em frente à televisão. A televisão torna-se um meio interativo, pelo menos ao nível simbólico, em que as pessoas atuam. A dor sentida no funeral de Kennedy é outro exemplo, embora seja uma "coroação", o tipo de acontecimentos em que a aplicação do conceito de ritual é mais simples. Mas mesmo em acontecimentos mais racionais, há uma reiteração do compromisso com as regras, as pessoas estão cientes disto, têm de aprender os rituais da democracia, é uma socialização dos rituais democráticos...

M.M. – Concorda que a "coroação" é a forma mais ligada ao ritual. Ao analisar o caso Aldo Moro, a socióloga Wagner Erika Robin Paciffici afirma que, nas sociedades complexas, é mais correto falar de teatro do que de ritual. De qualquer maneira, há sempre uma ligação entre estes dois termos... O que pensa disso?

E.K. – Tem de haver uma adaptação do conceito de ritual. Talvez Scannel tenha alguma razão, mas não a suficiente para invalidar a tentativa de estabelecer um paralelo. A maior crítica que faz ao nosso trabalho tem a ver com a falta de detalhes dos casos que apresentámos.

A “coroação” da internet por Bill Clinton

M.M. – Gostava que me falasse um pouco acerca de acontecimentos cerimoniais e mediáticos mais recentes, isto é, posteriores à publicação do vosso livro em 1992...

E.K. – Vamos recordar os eventos mais recentes. Aqueles que me interessam mais são os do Papa em Israel, o funeral de Diana, a transmissão de poderes em Hong Kong, o julgamento de O. J. Simpson. O caso Monica Lewinsky não tem dimensão cerimonial, exceto quanto aos debates no Congresso para decidir sobre a eventual destituição de Clinton.

M.M. – Gostaria de o ouvir, em especial sobre o funeral de Diana, visto que também estudaram em profundidade o casamento.

E.K. – O funeral de Diana pode ser considerado uma “conquista” e não uma “coroação”. A sua morte forçou a família real a abandonar a posição de ostracismo. O amante egípcio desapareceu. A Rainha veio assistir ao funeral de Diana, que teve lugar numa grande catedral, com a bandeira a meia haste. O irmão de Lady Di desafiou abertamente a família real, falando em nome dela. Tudo isso constitui uma “conquista”, contra a família real em nome do feminismo. Diana tornou-se uma heroína feminista. Assim, o acontecimento teve mais do que um significado de “coroação”. As mulheres estavam encantadas com Diana. Os homens nem tanto. Foi um grande acontecimento. Com a retrospetiva do casamento real, o funeral ganhou ainda mais significado. As pessoas que estão num primeiro acontecimento tendem a estar no último.

M.M. – Também afirmou, no seminário de mestrado da Universidade Nova de Lisboa, que podia ser feita outra interpretação, a de que a Família Real tinha integrado Diana no passado da família.

E.K. – Mas ela forçou isso. A Rainha não queria vir a Londres...

M.M. – Qual a sua análise acerca do caso da transmissão de poderes do Reino Unido para a República Popular da China em Hong Kong. Isso, além do mais, é muito interessante para nós, portugueses, visto que tivemos uma cerimónia semelhante em Macau...

E.K. – O acontecimento de Hong Kong relaciona-se com a questão da globalização. Existem várias leituras quanto à classificação do tipo de evento. Um grupo de investigadores chineses afirmou que foi um acontecimento diferente consoante as diversas perspetivas. O governo de Pequim tentou apresentá-lo como uma “coroação”: o regresso do filho perdido. O Reino Unido olhou-o de modo diferente: a perda de um filho que criaram. Taiwan leu-o como uma ameaça, os Estados Unidos como uma derrota do capitalismo... É muito interessante como acontecimento global, porque, numa primeira impressão, parece apenas uma “coroação”: estes entram, aqueles saem... Mas foi muito mais profundo do que isso.

No caso da visita de João Paulo II a Israel, o Papa enquadrou-a como uma peregrinação, como costuma fazer. Os judeus esperavam que fizesse referência às culpas da Igreja Católica na II Guerra Mundial e pedisse perdão. Os palestinianos esperavam que ele reconhecesse o Estado Palestiniano. Os israelitas esperavam que, tal como Sadat, o Vaticano reconhecesse a legitimidade de Israel, não só como uma compensação pela aniquilação de milhões de judeus no Holocausto, mas enquanto reafirmação da promessa de Deus, desde o tempo de Moisés, de devolver a Terra Santa aos judeus.

O Papa moveu-se muito bem no meio de tantas expetativas conflituais, desempenhou vários papéis diplomáticos, em simultâneo com a cerimónia de "coroação". Mas terá sido um acontecimento mediático? A audiência local praticamente não estava lá. Os judeus não se mostraram muito interessados no acontecimento, à exceção de alguns intelectuais e da imprensa escrita, muito entusiasmada.

M.M. – E qual é a sua perspetiva sobre o futuro dos acontecimentos mediáticos?

E.K. – Agora que há tantos canais de televisão, tantas transmissões em direto, uma tal profusão de câmaras, a ideia de interrupção da "grelha televisiva" para transmitir um acontecimento mediático em direto não parece muito viável. E há que considerar a globalização. A quem "pertencem" os acontecimentos? Serão nacionais? Dayan e eu teorizávamos ao nível nacional, mas isso pode estar a mudar, o que levanta uma nova questão: haverá uma sociedade civil global?

M.M. – Não será possível que os acontecimentos mediáticos passem a ser um momento de unificação de várias comunidades?

E.K. – ...Ou podem ser, ocasionalmente, acontecimentos que recordam a existência de nações, uma vez que tudo o resto está tão globalizado. Se o presidente morre, há um momento de união nacional.

M.M. – E um meio que interessa as audiências mais globalmente do que ao nível nacional, pode também ter perspetivas diferentes sobre Hong Kong ou os Jogos Olímpicos?

E.K. – Claro. No caso dos Jogos Olímpicos, isso acontece porque cada país está representado lá. Tento distinguir estas "competições" representativas e outras em que falta alguém, como Taiwan reclamando a sua separação.

M.M. – Também há acontecimentos mediáticos na Internet? Estou a lembrar-me de uma entrevista que Clinton, quando ainda era Presidente dos Estados Unidos, concedeu em direto na Internet. As perguntas eram colocadas através do correio eletrónico, o que provocou um enorme afluxo de mensagens...

E.K. – Não me parece que seja um "acontecimento mediático", no sentido da nossa definição. É o caso de uma entrevista em que se celebra um meio de comunicação. É a "coroação" da Internet pelo Presidente e não a Internet a "coroar" Clinton...

Agradecimentos

O autor do texto e a revista *Media & Jornalismo* agradecem a Ana Mesquita e à MinervaCoimbra por autorizarem a republicação da entrevista de Mário Mesquita a Elihu Katz neste número especial da *Media & Jornalismo*. A entrevista foi originalmente publicada em *Televisão e públicos no funeral de Diana*, de Daniel Dayan e Elihu Katz, numa antologia de textos organizada por Mário Mesquita e publicada por aquela editora em 2003.

Referências

Dayan, D., e Katz, E. (1999). *A história em directo – Os acontecimentos mediáticos na televisão*. MinervaCoimbra.

Dayan, D., e Katz, E. (2003). *Televisão e públicos no funeral de Diana*. Cadernos Minerva. MinervaCoimbra.

Entman, R. M. (1989). *Democracy without citizens: Media and the decay of american politics*. Oxford University Press.

Mesquita, M. (2004). *O quarto equívoco – O poder dos media na sociedade contemporânea* (2ª ed.). MinervaCoimbra.

Ponte, C. (2021). Mário Mesquita: exigência, inquietação e questionamento. In C.G. Riley, C. Henriques, P. M. Gomes e T. Cardoso e Cunha (Eds.), *A liberdade por princípio – Estudos e testemunhos em homenagem a Mário Mesquita* (pp. 35 –47). Tinta-da-china.

Nota biográfica

Telmo Gonçalves é Encarregado de Proteção de Dados e Investigador de *Media* e Jornalismo da ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social. Foi Professor Adjunto do Departamento de Jornalismo da Escola Superior de Comunicação Social (ESCS) do Instituto Politécnico de Lisboa e investigador do CIMJ – Centro de Investigação *Media* e Jornalismo.

Ciência ID: E610-B618-663C

ORCID iD: 0000-0001-7981-2711

Morada: Avenida 24 de Julho, n.º 58, 1200-869 Lisboa, Portugal

Como citar

Gonçalves, T. (2022). Quando Mário Mesquita entrevistou Elihu Katz. *Revista Media & Jornalismo, 22*(41), 59-73. https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_3

Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição-Não Comercial 4.0 Internacional.

(Página deixada propositadamente em branco)

A commentary: Who's looking out for journalists?

Comentário: Quem toma conta dos jornalistas?

https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_4

Valérie Bélair-Gagnon
University of Minnesota. School of Journalism and Mass Communication, USA
vbg@umn.edu

Avery E. Holton
University of Utah, College of Communication, USA
avery.holton@utah.edu

Submitted: 2022/04/15 | Accepted: 2022/07/20
Submetido: 2022/04/15 | Aceite: 2022/07/20

Abstract

Most people spend a large part of their lives working. It is, perhaps, inevitable that workplace environments help to shape people's well-being and happiness. As we reflect on the past 20 years of *Media & Jornalismo* research we must also look forward to the future of journalism and consider how research can contribute to that future. We also should consider a possible paradigmatic shift in journalism studies and practice that de-focuses journalism and considers the humanity of journalism workers, seeing them less as commodities or commodifiable and more as complex individuals calling for and deserving of personal and professional well-being.

Keywords

Media and journalism studies, journalism practice, mental-health and well-being, humanity of journalism workers

Resumo

A maioria das pessoas passa uma grande parte das suas vidas a trabalhar. É, talvez, inevitável que os ambientes de trabalho ajudem a moldar o bem-estar e a felicidade das pessoas. Ao refletirmos sobre os últimos 20 anos da revista *Media & Jornalismo*, devemos também olhar para o futuro do jornalismo e ponderar o modo como a pesquisa académica pode contribuir para esse futuro. Argumentamos que é necessário considerar uma possível mudança paradigmática nos estudos e práticas jornalísticas que desloque o olhar do jornalismo e considere também a humanidade dos profissionais, vendo-os menos como mercadorias e mais como indivíduos complexos que merecem o bem-estar pessoal e profissional.

Palavras-chave

Estudos dos *media* e do jornalismo, práticas jornalísticas, saúde mental e bem-estar, humanidade dos jornalistas

A call for action in journalism research

Journalism as a profession has recently experienced a wave of professionals leaving or reconsidering the field, many in public ways through platforms such as Twitter, Instagram, TikTok, and Medium (Mathews et al., 2021). Journalists have long reckoned with issues related to mental health and well-being in the workplace, but these have been exacerbated by the rise of social media, the Covid-19 pandemic, easier access to journalists, political polarization, and, as Waisbord (2020) puts it, the "populist demonization of the mainstream press" (p. 1037).

Journalists have noted several contributors to these departures, including declining mental health related to burnout, harassment and abuse (Jamil, 2020; Reinardy, 2013), more competition throughout news outlets, job insecurity and precarity, pressures to combine personal and professional work (Badran & Smets, 2021; Deuze & Witschge, 2020), and a lack of systemic support within organizations (Holton et al., 2021), though there is a breath and wealth of civil society organizations from centers, foundations, help lines to training focused-organizations. These include Columbia's Dart Center[1], Headlines Network[2], International Women's Media Foundation[3], the International Center for Journalism[4], TrollBusters[5], and VitaActiva[6] taking a share of the work.

Dialogue about journalists' happiness also has a long history in journalism studies research, often nested in discussions of trauma, resilience, and crisis reporting. Columbia University's Dart Center has been a notable leader on the topic (Dworznik & Grubb, 2007; Feinstein, 2012; Ogunyemi & Akanuwe, 2021). In recent years, scholars have increasingly examined issues of happiness (and perhaps unhappiness) alongside financial challenges for news organizations and the need to find sustainable business models for news. These have included: a professional culture glorifying productivity; rising workloads; a lack of work-life balance as well as intensified work demands that are not questioned (Ferrucci & Perreault, 2021; Rantanen et al., 2021); a culture encouraging individualist approaches to solving organizational problems (Holton et al., 2021); a lack of resources for preventative and palliative care related to harassment, burnout, and disconnection (Bossio & Holton, 2019; MacDonald et al., 2016); an erasure or ignoring of diverse and inclusive views especially for women and BIPOC (Walker, 2018); policies focusing on reputation and liability rather than the laborer (Salamon, 2020); increasing pressure to brand and engage with audiences, which can lead to toxicity (Molyneux, 2019; Nelson, 2021); concerns about "what is news," misinformation and fake news along with a lack of trust in institutions (Tumber & Waisbord, 2021); the "in" or "out" belief that workers are replaceable; and increasing emotional work (Jukes, 2020; Pantti & Wahl-Jorgensen, 2021; Wahl-Jorgensen, 2020).

To the latter issue, media and communication scholars have pointed to a rise in emotional labor for journalists, noting that journalism emotions and passions have

[1] https://dartcenter.org/.

[2] https://headlines-network.com/.

[3] https://www.iwmf.org/attacks-and-harassment/.

[4] https://www.icfj.org/.

[5] http://www.troll-busters.com/.

[6] https://vita-activa.org/.

become a commodity (Lindén, Lehtisaari, Grönlund & Villi, 2021; Šimunjak, 2022) and advocating that journalists and their emotions be considered part of the profession (Jukes, 2020; Wahl-Jorgensen, 2020). Concurrently, journalists have dealt with increasing pressures to use digital technology in their work with a number of social media platforms and web metrics and analytics, to ambiently engage with audiences in these spaces, and to work remotely (Bélair-Gagnon & Steinke, 2020; Petre, 2020). Collectively, these changing expectations have raised expectations that journalists become "on demand" professionals, while driving a rise in harassment among journalists, particularly along identity lines such as gender, race, ethnicity and sexuality (Bélair-Gagnon et al., 2022). This takes place with little institutional regard to the social and personal impacts of communication technologies on professionals' well-being.

The point here is that practice and research have highlighted different dynamics that shape the labor of journalism. They have shown that various shifts are challenging journalists' well-being and mental health, often with little to no support from news organizations. And perhaps most significantly, they suggest that institutional journalism norms must consider the humanity of their journalists–their mental health and well-being included–if journalism is to be sustainable.

Putting the human at the center of journalism practice

Building on research as well as engagement with a number of journalists, news organizations and journalistic allies, we propose research on and professional recognition (and concerted efforts) of improved systemic approaches in newsrooms that holistically involves challenges and opportunities presented by the heightened awareness of journalists' mental health and well-being.

First, journalism and the emotions tied to the profession by those who engage on its front lines, has become more precarious. Yet, even as more journalists are transparent about their needs and why they choose to, or not to, express these needs with news organizations, systemic responses have been slow to nil. Journalists, particularly women and people of color, report concerns over professional stigmatization and blacklisting if they discuss their workplace happiness (Chen et al., 2020; Holton et al., 2021; Koirala, 2020).

For their part, some news organizations have given more resources to interorganizational harassment and acute forms of online audience harassment (i.e., one-time calls from upset readers, one-off tweets, etc.). But most news organizations have given little time off for journalists to recover from trauma, or directed journalists to share their experiences with others or "enjoy a glass of wine" to forget about troubling experiences (see Holton et al., 2021). These examples suggest management that has not been trained in addressing journalistic mental health and well-being while also placing an unnecessary burden on those who are already experiencing anxiety and stress.

Those who have attempted such dialogue have been met with little support or support that is vague and human resources driven (Holton et al., 2021). While human resources may help journalists set up their 401k or their insurance plans, they are not wellness or well-being experts. The suggestion that they may be the only line of support for journalists in news organizations itself implies that leadership and manage-

ment could benefit from support and guidance when it comes to journalistic mental health and well-being. And while support from in-house psychologists has been welcomed by some news organizations, it is not a collective solution.

A system-level approach–conceptualized through a rethinking of policy, procedures, training and sustainable follow-ups–is increasingly needed. Such approaches consider the issues at stake without diminishing personal experiences from the individual, the institutional (including the systems of oppression, bias, structures of organizations, business models, connection with tech industry which may have diverging goals, etc.) and the societal (including the politico-economic differences, media systems, audiences).

Second, a systemic approach may fail if there is no push to rethink the ways that labor has changed in the context described above (Deuze & Witschge, 2018; Salamon, 2020). There is work and labor related to social engagement that is yet to be fully recognized by some newsroom leaders. One example are the disconnective practices–such as blocking or muting users on Instagram or Twitter, taking microbreaks, or turning off social media altogether–that come with digital work and labor and that are identity-dependent (see Bélair-Gagnon et al., 2022).

While such practices may come with privilege, not just on the part of journalists but also newsrooms who may be concerned with the bottom line, they are essential to the work and labor of contemporary journalism. News organizations must take this into account when considering how personal and professional elements in public spaces impact journalists' mental health and well-being.

As we previously argued (see Bélair-Gagnon et al., 2022), it is essential for scholars and practitioners to stay attuned to how to create intentional spaces for strategic forms of disconnections and other labor like emotional work (Lindén et al., 2021). They must also take the time to learn the affordances of digital safety systems (Henrichsen, 2020) and how to address issues of mental health and well-being raised by journalists. This comes with a recasting of journalism practice alongside the changing media, political and social contexts in which a range of "journalisms" are practiced and put the human first rather than asking journalists to simply adapt. As such, values, norms, practices, the types of possible changes (like the environment, policies, structuries) and the conscious (what is recognized, said, or not said) and subconscious need to be considered in efforts to put the human at the center of journalism norms, practices, and studies.

Looking ahead

Scholars and practitioners should continue to rethink what journalism ought to be as societies evolve. They need to consider the cultural differences in which mental health, well-being and perhaps happiness are discussed and experienced. And they should do so by decentering institutional journalism and focusing on the perspectives and lived experiences of journalistic actors. Such an approach could help to develop common knowledge on the topic. In fact, just as emotion has become embedded in journalism processes and products (Pantti & Wahl-Jorgensen, 2021), well-being and happiness are, too, part of journalism and should be constructed as such within in-

stitutional expectations, practices, politics, social classes and inequalities (e.g., freelance) of journalism.

This is significant for many reasons beyond the well-being of individuals and communities or simply "doing good." News organizations need to recruit and hire new talents. They need to improve retention. They also need to encourage a new generation of journalists to enter the field. In doing so, they should consider portioning some of the vast resources they are spending to address individual issues of mental-health and well-being in more systemic and sustainable ways.

This call and suggested pathways are built from the work from scholars and practitioners in journalism and across a number of disciplines who, too, have argued for a community- and human-driven approach. Suggesting that journalists, and perhaps digital workers more broadly, continue to rely on individual resilience ignores their pleas, dismisses the resources and time they may need for healing and more significantly mutes awareness and action around mental health and well-being at a time when both are needed most.

References

Badran, Y., & Smets, K. (2021). Anatomy of a precarious newsroom: Precarity and agency in Syrian exiled journalism in Turkey. *Media Culture & Society*, *43*(8), 1377–1394. https://doi.org/10.1177/01634437211011556

Bélair-Gagnon, V., Bossio, D., Holton, A. E., & Molyneux, L. (2022). Disconnection: How measured separations from journalistic norms and labor can help sustain journalism. *Social Media + Society*, *8*(1), 1–10. https://doi.org/10.1177/20563051221077217

Bélair-Gagnon, V., & Steinke, A. J. (2020). Capturing digital news innovation research in organizations, 1990–2018. *Journalism Studies, 21*(12), 1724–1743. https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1789496

Bossio, D., & Holton, A. E. (2019). Burning out and turning off: Journalists' disconnection strategies on social media. *Journalism*, 22(19), 2475-2492. https://doi.org/10.1177/1464884919872076

Chen, G. M., Pain, P., Chen, V. Y., Mekelburg, M., Springer, N., & Troger, F. (2020). "You really have to have a thick skin": A cross-cultural perspective on how online harassment influences female journalists. *Journalism*, *21*(7), 877–895. https://doi.org/10.1177/1464884918768500

Deuze, M., & Witschge, T. (2018). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism*, *19*(2), 165–181. https://doi.org/10.1177/1464884916688550

Deuze, M., & Witschge, T. (2020). *Beyond journalism*. Polity Press.

Dworznik, G., & Grubb, M. (2007). Preparing for the worst: Making a case for trauma training in the journalism classroom. *Journalism & Mass Communication Educator*, *62*(2), 190–210. https://doi.org/10.1177/107769580706200206

Feinstein, A. (2012). Mexican journalists: An investigation of their emotional health. *Journal of Traumatic Stress*, *25*(4), 480–483. https://doi.org/10.1002/jts.21715

Ferrucci, P., & Perreault, G. (2021). The liability of newness: Journalism, innovation and the issue of core competencies. *Journalism Studies*, *22*(11), 1436–1449. https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1916777

Henrichsen, J. R. (2020). Breaking through the ambivalence: Journalistic responses to information security technologies. *Digital Journalism*, *8*(3), 328–346. https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1653207

Holton, A. E., Bélair-Gagnon, V., & Bossio, D. (2021). "Not their fault, but their problem": Organizational responses to the online harassment of journalists. *Journalism Practice*. https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1946417

Jamil, S. (2020). Suffering in silence: The resilience of Pakistan's female journalists to combat sexual harassment, threats and discrimination. *Journalism Practice*, *14*(2), 150–170. https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1725599

Jukes, S. (2020). *Journalism and emotion*. SAGE Publications.

Koirala, S. (2020). Female journalists' experience of online harassment: A case study of Nepal. *Media and Communication*, *8*(1), 47–56. https://doi.org/10.17645/mac.v8i1.2541

Lindén, C.-G., Lehtisaari, K., Grönlund, M., & Villi, M. (2021). Journalistic passion as commodity: A managerial perspective. *Journalism Studies*, *22*(12), 1701–1719. https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1911672

MacDonald, J. B., Saliba, A. J., Hodgins, G., & Ovington, L. A. (2016). Burnout in journalists: A systematic literature review. *Burnout Research*, *3*(2), 34–44. https://doi.org/10.1016/j.burn.2016.03.001

Mathews, N., Bélair-Gagnon, V., & Carlson, M. (2021). "Why I quit journalism:" Former journalists' advice giving as a way to regain control. *Journalism*. Online First. https://doi.org/10.1177/14648849211061958

Molyneux, L. (2019). A personalized self-image: Gender and branding practices among journalists. *Social Media + Society*, *5*(3). https://doi.org/10.1177/2056305119872950

Nelson, J. L. (2021). *Imagined audiences: How journalists perceive and pursue the public*. Oxford University Press.

Ogunyemi, O., & Akanuwe, J. (2021). Should journalism curriculae include trauma resilience training? *Journalism Education*, *10*(1), 33–43. https://journalism-education.org/2021/05/should-journalism-curriculae-include-trauma-resilience-training-an-evaluation-of-the-evidence-from-a-scoping-literature-review-and-a-pilot-study/

Pantti, M., & Wahl-Jorgensen, K. (2021). Journalism and emotional work. *Journalism Studies*, *22*(12), 1567–1573. https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1977168

Petre, C. (2020). *All the news that's fit to click*. Princeton University Press.

Rantanen, J., Lyyra, P., Feldt, T., Villi, M., & Parviainen, T. (2021). Intensified job demands and cognitive stress symptoms: The moderator role of individual characteristics. *Frontiers in Psychology*, *12*, 607172. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.607172

Reinardy, S. (2013). Boom or burst: U.S. television news industry is booming but burning looms for some. *Journal of Media Business Studies*, *10*(3), 23–40. https://doi.org/10.1080/16522354.2013.11073566

Salamon, E. (2020). Digitizing freelance media labor. *New Media & Society*, *22*(1), 105–122. https://doi.org/10.1177/1461444819861958

Šimunjak, M. (2022). Pride and anxiety: British journalists' emotional labour in the Covid-19 pandemic. *Journalism Studies*, *23*(3), 320–337. https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.2021106

Tumber, H., & Waisbord, S. (2021). *The Routledge Companion to media disinformation and populism*. Routledge.

Wahl-Jorgensen, K. (2020). An emotional turn in journalism studies? *Digital Journalism*, *8*(2), 175–194. https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1697626

Waisbord, S. (2020). Mob censorship: Online harassment of US journalists in times of digital hate and populism. *Digital Journalism*, *8*(8), 1030–1046. https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1818111

Walker, D. (2018). *Fatal force: A conversation with journalists who cover deadly, highly-publicized police shootings* [Master's thesis, University of South Carolina]. Scholar Commons. https://scholarcommons.sc.edu/etd/4755

Biographical notes

Valerie Belair-Gagnon, PhD, City, University of London, is an Associate Professor and Cowles Fellow in Media Management at the Hubbard School of Journalism & Mass Communication, and McKnight Presidential Fellow at the University of Minnesota. She also is affiliated to the Department of Sociology at the University of Minnesota, Oslo Metropolitan University, and Yale Law School Information Society Project. She is the author of *Journalism research that matters* (Oxford University Press) and *Social media at BBC News* (Routledge). She has published widely in journals including Journal of Computer-Mediated Communication, Digital Journalism, Journalism, Journalism Studies, Journalism Practice, Social Media + Society, and New Media & Society.

ORCID iD: 0000-0002-7756-1688

Scopus Author ID: 56157944700

Personal Website

Address: University of Minnesota. School of Journalism and Mass Communication: Minneapolis, MN, US

Murphy Hall

206 Church Street SE. 111

Minneapolis, MN 55410

Avery E. Holton, PhD, University of Texas at Austin, is an Associate Professor and the Department Chair of the Department of Communication at the University of Utah. He has previously been named a Vice-President's Clinical and Translation Scholar and Rising Star in the Humanities at the University of Utah and was a National Humanities Center Summer Fellow and an Oslo Metropolitan University Digital Journalism Fellow. He also serves as a Co-Coordinator of Research for the Utah Center for Excellence in Ethical, Legal and Social IMplications Research (UCEER) funded by the National Institutes of Health. He has published widely in journals including Digital Journalism, Journalism Studies, Journalism, the Journal of Computer-Mediated Communication, Health Communication and Communication Theory.

ORCID iD: 0000-0003-1307-2890

Personal Website

Address: The University of Utah

255 Central Campus Dr. Rm. 2419

Salt Lake City, UT 84112

How to cite

Bélair-Gagnon, V., & Holton, Avery E. (2022). A commentary: Who's looking out for journalists? *Revista Media & Jornalismo, 22*(41), 75-81. https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_3

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

(Página deixada propositadamente em branco)

Assédio e hostilidade *online* contra jornalistas: dimensões experienciais e de género

Online harassment and hostility against journalists: experiential and gender dimensions

https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_5

Maria João Silveirinha
Instituto de Comunicação da NOVA – ICNOVA, Portugal
mjsilveirinha@gmail.com

Susana Sampaio-Dias
University of Portsmouth
School of Film, Media and Communication, UK
susana.sampaio-dias@port.ac.uk

João Miranda
Universidade de Coimbra, Faculdade de Letras, Portugal
Centro de Estudos Interdisciplinares – CEIS20
jmiranda@uc.pt

Bibiana Garcez
Universidade de Coimbra, Faculdade de Letras, Portugal
Instituto de Comunicação da NOVA – ICNOVA
bibianagarcezs@gmail.com

Bruno Dias
Universidade de Coimbra, Faculdade de Letras, Portugal
Centro de Estudos Interdisciplinares – CEIS20
bsndias@gmail.com

Submetido: 2022/04/30 | Aceite: 2022/07/11
Submitted: 2022/04/30 | Accepted: 2022/07/11

Resumo

Apesar das esperanças depositadas nos potenciais benefícios de uma maior aproximação entre jornalistas e audiências no espaço digital, a possibilidade de as audiências comentarem ou acederem facilmente aos/às jornalistas tornou-se um problema reconhecido. O assédio e os ataques em linha a estes/as profissionais, mais visíveis com o crescimento da extrema-direita, tornaram-se problemas relevantes que têm também dimensões de género. A partir de um estudo tridimensional que incluiu o mapeamento de uma amostra de comentários a notícias, um inquérito

a jornalistas e um conjunto de entrevistas em profundidade a mulheres jornalistas, esta investigação procura analisar a situação em Portugal. Os resultados confirmam a presença de discurso abusivo nos comentários a notícias, a perceção pelos/as jornalistas de que o ambiente digital veio agravar a hostilidade contra a imprensa, a falta de confiança nos mecanismos de proteção e como aspetos como o género são relevantes no assédio *online*.

Palavras-chave

assédio *online*, jornalistas, hostilidade contra a imprensa, género

Abstract

Despite the potential benefits of closer relationships between journalists and audiences in the digital environment, the audiences' possibility to comment or easily contact journalists also became a problem. Online attacks and harassment of these professionals, more visible with the increase of the far-right, are relevant problems that include gender dimensions. Based on a tridimensional study that included mapping of a sample of news comments, a survey of journalists and a set of in-depth interviews with women journalists, this research seeks to analyse the situation in Portugal. The results confirm the presence of abusive discourse on news comments, the perception of the journalists that the digital environment has increased hostility against the press, a lack of confidence in the protection mechanisms, and that aspects such as gender are relevant on online harassment.

Keywords

online harassment, journalists, hostility against the press, gender

Introdução

No final da campanha eleitoral de 2022, enquanto fazia um direto para o canal televisivo SIC Notícias durante um discurso do líder do partido Chega, um jornalista foi interrompido por um cidadão publicamente conhecido que gritou repetidamente para a câmara: "SIC lixo, SIC lixo." O "moto" é apenas uma das diferentes versões dos neologismos "jornalixo" e "jornaleiros" que, nesta altura, já eram amplamente difundidos no espaço público nacional como parte de ataques violentos contra o jornalismo e os/as jornalistas.

Um momento-chave na evolução nacional de comportamentos de ataque a jornalistas foi janeiro de 2021, altura em que os números diários da "primeira vaga" da Covid-19 em Portugal batiam os recordes e o país se dirigia às urnas para eleger o chefe de Estado. As ações e palavras do líder de extrema-direita marcaram a campanha eleitoral, e deram-se episódios de incidentes violentos com jornalistas que cobriam os eventos. No final do mesmo ano, o contexto de eleições locais proporcionou novas oportunidades para esses atores políticos confrontarem os/as profissionais da informação. Um grupo de jornalistas foi agredido fisicamente durante a cobertura da campanha, motivando um comunicado de repúdio pela Comissão da

Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ, 2021). Simultaneamente, as ameaças e confrontos de situações presenciais foram respaldadas pelo discurso abusivo nas redes sociais, tornando-se parte constante das experiências de trabalho jornalístico.

As redes sociais e o jornalismo digital aumentaram a proximidade entre jornalistas e audiências, criando espaços de interação e oportunidades de debate, e fazendo com que os/as jornalistas estejam mais visíveis e acessíveis do que nunca. No entanto, a possibilidade de as audiências, atrás de um ecrã, comentarem ou acederem facilmente a estes/as profissionais também se tornou uma armadilha, já que nem todos os públicos se envolvem em comentários construtivos (Löfgren Nilsson & Örnebring, 2016). A crescente quantidade de investigação mostra uma interferência contínua no trabalho diário dos/as jornalistas, ameaçando-os/as implícita ou explicitamente (Binns, 2017; Lewis *et al*., 2020; Papadopoulou & Maniou, 2021).

Foi com base nestas preocupações e circunstâncias que surgiu um projeto de investigação que procura analisar a situação em Portugal e cujos principais resultados se apresentam neste artigo[1].

Do ressurgimento do "jornalixo" às caixas de comentários das notícias

Esporadicamente usado nas últimas décadas, o termo "jornalixo" pertence a uma família de conceitos com raízes históricas na *Lügenpresse* ("imprensa mentirosa")[2]. A expressão esteve adormecida até 2014, quando o seu uso se propagou de tal forma que a Alemanha teve de a banir no ano seguinte (Higdon, 2020).

A *Lügenpresse* tem ganho novas versões e designações nacionais que incluem, por exemplo, *giraegi* na Coreia do Sul ou *githeri* no Quénia (Cheruiyot, 2022) e, entre nós, como já referimos, as diferentes versões de "jornalixo". Termo hoje recorrente nas redes sociais e em especial nas caixas de comentários às notícias, o "jornalixo" está no meio da disputa sobre a "verdade" como produzida pelos/as profissionais da informação (Waisbord, 2018). Personagens políticas e ativistas da extrema-direita, em particular, contestam as noções de "verdade" da grande imprensa, fazendo surgir numerosos coletivos a mobilizarem o termo com fins propagandísticos, como os grupos que apareceram na primeira fase da pandemia: "Jornalistas pela Verdade", "Médicos pela Verdade", "Enfermeiros pela Verdade, "Advogados pela Verdade". Neste contexto, os/as jornalistas são vistos/as como parte do *establishment* político ou de outras organizações de elite (como, por exemplo, as farmacêuticas) e, portanto, são definidos como inimigos/as do povo. Estas formulações tentam apelar ao "povo puro" e separar os vindos da "elite" e de grupos sociais como pessoas migrantes, desempregadas de longa data, pessoas de minorias étnicas e ativistas pelos direitos das mulheres ou de grupos marginalizados (Jagers & Walgrave, 2007).

---

[1] Projeto "O género nas pandemias de ódio: *media* sociais, Covid-19 e as mulheres jornalistas" (ID 758936851), financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT).

[2] O termo foi esporadicamente usado na Alemanha ao longo do século XIX, mas emergiu com maior força em dois momentos da história do país: quando, em 1918 e durante a Primeira Guerra Mundial, o Ministério da Defesa alemão lançou um livro intitulado "Die Lügenpresse unserer Feinde" ("A imprensa mentirosa dos nossos inimigos"); e, uma década depois, como um *slogan* de propaganda, usado para incitar o ódio contra judeus e comunistas (Higdon, 2020; Koliska e Assmann, 2019).

Os perigos da mobilização retórica populista contra o jornalismo são claros. Para além de, como afirmam Esteves e Sampaio (2020, p. 22), as críticas fundamentadas ao jornalismo acabarem por "ser engolidas numa vaga de fundo generalizadora, muitas vezes injusta, intelectualmente desonesta ou ignorante contra a *Lügenpresse*, traduzida para o neologismo 'jornalixo' em língua portuguesa", toda esta retórica procura instaurar um clima de hostilidade, de desestabilização e de assédio ao trabalho jornalístico e dos/as seus/suas profissionais.

Para uma grande parte das pessoas, no entanto, o modo de interação com as notícias não passa pelas estratégias das redes organizadas de extrema-direita, limitando-se às chamadas "caixas dos comentários" das redes sociais ou dos *sites* de notícias. Do ponto de vista da teoria da democracia, essas secções de comentários desempenham duas funções vitais: "Primeiro, fornecem aos cidadãos e cidadãs informações sobre as discussões políticas dentro do centro político, o que é um requisito central em todas as teorias da democracia e, segundo, permitem que eles/as participem do debate público" (Engelmann *et al*., 2022, p. 2). No entanto, a qualidade desses espaços tem sido cada vez mais questionada. Em diversas investigações se mostra que os espaços de comentários são marcados por expressões incivis e hostis e por um fanatismo desenfreado (Slavtcheva-Petkova, 2015). Além disso, as secções de comentários tornaram-se um lugar de "participação sombria" que se define em relação a diferentes formas de engajamento – desde os ataques odiosos a jornalistas até à disseminação de desinformação por meio de contas falsas (Frischlich *et al*., 2019; Quandt, 2018).

Apesar disso, não há consenso sobre como pensar a hostilidade e a (in)civilidade que habitam os espaços dos comentários. *Incivilidade* é um "termo notoriamente difícil de definir" (Coe *et al*., 2014, p. 660), mas normalmente é identificada pelo uso de uma linguagem dura nas formas de tratamento, ainda que sem ataques pessoais (para uma discussão mais aprofundada, ver Silva *et al*., 2021).

Numa pesquisa de comentários *online* à cobertura noticiosa das eleições portuguesas de 2019, Silva *et al*. (2021) descobriram que, apesar do baixo nível de ocorrências de discurso de ódio, houve ataques relevantes que promoveram a agenda ideológica da extrema-direita. Também na sua pesquisa sobre comentários a uma notícia eleitoral de 2015 em quatro meios de comunicação, Gonçalves *et al*. (2020) descobriram que a incivilidade esteve presente em 30,9% dos comentários analisados. Além disso, revelam, o envolvimento afetivo é um dos principais fatores que impulsionam os comentários incivilizados, ao passo que os enquadramentos das notícias não têm efeito significativo na civilidade ou no engajamento.

Outras pesquisas sobre o que pode motivar comentários deste tipo sugerem que tópicos de notícias controversos atraem comentários mais hostis (Ksiazek, 2018; Ziegele, Jost, *et al*., 2018; Ziegele, Quiring, *et al*., 2018). Mais em geral, e ainda que haja evidências mistas sobre se os comentários podem ser lugares de deliberação e engajamento cívico, o otimismo sobre comentários racionais e civis diminuiu e mais certa parece ser a relação difícil dos/as jornalistas com as suas audiências (Silva & Brites, 2021).

As consequências das críticas destrutivas ao jornalismo não podem ser menosprezadas, sobretudo quando, mais do que ataques isolados, se constituem como formas de assédio aos/às jornalistas, como veremos de seguida. Também estas formas devem, no entanto, ser entendidas num contexto de desenvolvimento dos próprios *media*.

O assédio *online* sobre jornalistas e a dimensão de género

É hoje amplamente reconhecido que o advento das tecnologias digitais criou novas oportunidades para os/as jornalistas se organizarem, mas também trouxe uma dimensão que ameaça a sua autonomia tanto como indivíduos quanto como profissionais. Ao analisar os impactos do assédio digital sobre jornalistas, Waisbord (2020a) vê essas ameaças como "censura pela multidão" (*mob censorship*), definida como um "vigilantismo" de baixo para cima, por parte de membros das audiências, que visa disciplinar e silenciar os/as jornalistas. Como ele argumenta, é um fenómeno específico da sociedade digital e reflete a combinação de três desenvolvimentos: o fácil acesso público a jornalistas, a presença de culturas tóxicas de direita e extrema-direita na internet e a demonização populista dos *media*. De uma forma geral, estes comportamentos são típicos de um ambiente geral de hostilidade para com a imprensa (Miller, 2021) que se traduz em fenómenos de assédio.

Há ainda que pensar que o impacto da digitalização levou a um colapso do modelo tradicional de financiamento do jornalismo pelo declínio das suas receitas de publicidade, fazendo com que as empresas jornalísticas procurem novas formas de captar audiências, nomeadamente por meio de uma maior aproximação entre jornalistas e públicos. Encorajaram, assim, a "publicidade digital" que se constitui como um convite ao público para interagir com jornalistas nos espaços digitais (Waisbord, 2020b). No entanto, com essa "publicidade digital", os/as jornalistas ficaram bastante mais expostos/as aos comportamentos abusivos – não apenas os específicos dos movimentos de extrema-direita –, mas mais em geral pela "crítica ofensiva" – por exemplo, insultos, incluindo comentários racistas ou sexistas –, por vezes acompanhada por formas de "*trolling* antijornalismo" (Waisbord, 2020b, p. 2).

Globalmente, o assédio *online* passou, assim, a constituir um grande desafio no campo jornalístico – para jornalistas, organizações de notícias, atores de notícias e também para o público (Holton *et al*., 2021). De facto, as consequências desse ambiente *online* agressivo também são sentidas na vida pública, já que pode ter um "efeito inibidor" (*chilling effect*), limitando o tipo de notícias e tópicos cobertos (Posetti *et al*., 2021; Townend, 2017), constituindo por isso uma preocupação séria para o desenvolvimento da liberdade de imprensa.

Em 2016, o jornal britânico *The Guardian* analisou os comentários no seu *site* e descobriu que os/as jornalistas mais agredidos eram não-brancos, muçulmanos e/ou gays e que os artigos escritos por mulheres jornalistas atraíam mais assédio e *trolling online*, independentemente do assunto do artigo (Gardiner, 2018).

Com efeito, as mulheres jornalistas parecem ser alvos preferenciais dos *trollers* (Chen *et al*., 2020; Nadim & Fladmoe, 2019; Posetti *et al*., 2021; Stahel & Schoen, 2019), algo que vem sendo apresentado na literatura sob diferentes nomes, como "assédio cibernético de género" (Citron, 2011) ou *gendertrolling* (Mantilla, 2013). Num estudo realizado em 125 países, o Centro Internacional de Jornalistas descobriu que quase três quartos (73%) das mulheres participantes sofreram abuso, assédio, ameaças e ataques *online*, aumentando significativamente no contexto da pandemia (Posetti *et al*., 2020). Numa perspetiva interseccional, esse ambiente hostil afeta as mulheres jornalistas tanto enquanto mulheres como enquanto membros de grupos étnicos minoritários (Oh & Min, 2022). Mais ainda, uma pesquisa da International Women's

Media Foundation e da Trollbusters documenta que 70% das mulheres jornalistas sofreram várias formas de assédio, tornando-se a principal preocupação de segurança para elas (Ferrier & Garud-Patkar, 2018). Outros estudos tiveram resultados semelhantes, mostrando que a violência contra mulheres jornalistas "varia de assédio *online* pernicioso e de género a ataques explícitos e direcionados que frequentemente envolvem ameaças de violência sexual" (Posetti & Storm, 2018, p. 76). Foi assim ficando claro que, embora o ódio, o abuso e a violência digital afetem jornalistas homens e mulheres, fazem também parte de uma misoginia *online* generalizada.

Entre as muitas pesquisas existentes sobre esta questão refira-se, por exemplo, uma investigação na Suíça que mostra que as mulheres jornalistas tendem, mais do que os seus colegas, a evitar os ataques, limitando o seu envolvimento com o público, adaptando o seu comportamento e considerando deixar o jornalismo (Stahel & Schoen, 2019). Nos Estados Unidos, Lewis *et al*. (2020) verificaram também que o assédio *online* é generalizado no jornalismo, mas não afeta todas as pessoas igualmente, sendo as mulheres e jornalistas de televisão que recebem a maior parte do abuso. Miller e Lewis (2022) concluem que as mulheres enfrentam abuso *online* específico de género, como assédio pessoal disruptivo, assédio físico pessoal, avanços sexuais indesejados *online*, ameaças e críticas *online*.

Neste sentido, Chen *et al*. (2020) argumentam que a maioria dos abusos sofridos por mulheres jornalistas são de natureza sexual e fundamentados em ideais misóginos. A pesquisa foi baseada em entrevistas com 75 mulheres jornalistas na Alemanha, Índia, Taiwan, Reino Unido e Estados Unidos da América, mostrando que as mulheres jornalistas "enfrentam o assédio de género *online* desenfreado que influencia o modo como elas fazem o seu trabalho" (Chen *et al*., 2020, pp. 877-878). No que se segue, procuramos mapear estes problemas numa dimensão nacional.

Metodologia

A presente investigação usou uma combinação de métodos, um "desenho metodológico sequencial explicativo" (Creswell, 2014, p. 29), com componentes quantitativas e qualitativas. Tal permitiu uma exploração multidimensional do tópico em questão, com três objetivos e três vertentes de análise: a) mapear a prevalência e os recursos do discurso de ódio nos comentários a notícias produzidas por mulheres jornalistas, por meio da análise de conteúdo; b) analisar como a violência *online* é vivenciada pelos/as jornalistas, por meio de um inquérito nacional aos/às profissionais; c) investigar, por meio de entrevistas em profundidade com mulheres jornalistas, os efeitos do abuso *online* e as suas experiências com assédio *online* e *offline*, de modo a compreender de que formas específicas as mulheres experienciam e lidam com a violência *online*.

As perguntas de investigação são, portanto, as seguintes:

PI1: Qual a prevalência de comentários abusivos *online* sobre mulheres jornalistas?

PI2: A quem/ao que é que os comentários abusivos às notícias mais se dirigem?

PI3: Como é que os/as jornalistas avaliam o assédio e a violência *online*, os seus impactos e as respostas disponíveis para os combater e prevenir?

PI4: Qual o impacto da Covid-19 no assédio *online* dos/as jornalistas?

PI5: De que forma as mulheres jornalistas compreendem e/ou vivenciam o assédio *online* e a sua dimensão de género?

Para responder às duas primeiras perguntas de investigação, e tendo em conta a dimensão de género que queríamos explorar, fizemos uma análise específica do discurso abusivo. Para o efeito, foi selecionada uma amostra conveniente de *websites* e páginas no Facebook de sete meios: *Público*, *Correio da Manhã*, *Diário de Notícias*, *Expresso*, *Observador*, RTP e TVI. Dada a necessidade de circunscrever o número de comentários, optou-se pela recolha durante um mês (a partir de 25 de agosto de 2021), o período que se seguiu às férias de verão e reinício das atividades parlamentares. Incluíram-se apenas notícias assinadas por jornalistas mulheres que são o foco específico desta dimensão do estudo; selecionaram-se notícias sobre os principais temas de política e sociedade e também temas sensíveis, incluindo diversidade de género, orientação sexual, racismo/discriminação. Através da ferramenta *Export Comments*, extraíram-se 22 107 comentários de primeiro nível (20 835 do Facebook e 1272 dos *sites*) às 165 notícias obtidas. Foram então considerados para análise todos aqueles que expressavam, continham ou implicavam: formas de negatividade motivada para desvalorizar um grupo ou os seus membros; calão injurioso ou palavrões; insultos direcionados à orientação sexual, origem étnica ou racial da pessoa e, especificamente, insultos misóginos; apelos à ação coletiva violenta; expressões emocionais verbais/pictóricas violentas.

Na análise, tivemos também em consideração a diferenciação entre os comentários ao "nível do objeto" e os comentários ao "nível meta" (Häring *et al*., 2018), sendo que os primeiros se referem ao que é coberto ("comentário dirigido à notícia"), enquanto os segundos se referem a algo que é coberto pela redação ou jornalistas individuais ("comentários dirigidos à jornalista ou colunista"). Em termos de género, essa diferenciação foi importante para perceber o nível em que as jornalistas podem ser desqualificadas como profissionais (quando os comentários se concentram no trabalho que produzem) e como mulheres (quando são elas que são diretamente atacadas pela misoginia e desumanização).

Para responder à terceira e quarta perguntas de investigação foi aplicado um inquérito por questionário *online* a uma amostra aleatória de conveniência do universo de 6874 detentores/as de título profissional de jornalista ou equivalente, inscritos/as na Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ). As questões abordaram "formas de violência *online*, como ataques pessoais, ameaças, discurso de ódio ou discurso sexualizado", incluindo "assédio sexual remoto", definido como "qualquer comportamento sexual indesejado em comunicação à distância". O inquérito, realizado através da plataforma LimeSurvey e disponibilizado por *e-mail* pela CCPJ em novembro de 2021, utilizou diferentes formatos de questões, incluindo escala Likert, escolha múltipla e perguntas de resposta aberta. A amostra compreende 411 indivíduos, o que representa 6% do universo de inscritos/as na CCPJ. Esta amostra é composta por 231 (56,2%) homens, 179 (43,6%) mulheres e um/a respondente que se identifica como Outro. A franja etária de dez anos mais representada corresponde ao intervalo entre os 41 e os 50 anos (29,7%; n=122), 35,5% (n=146) têm menos de 30 anos, e 34,8% (n=143) têm mais de 51 anos. A maioria dos/as respondentes

(80%; n=329) detém Carteira Profissional de Jornalista e os/as restantes possuem outras tipologias de título profissional.

Para explorar mais detalhadamente os resultados dos dados quantitativos e responder à quinta pergunta de investigação e, uma vez que, como já destacámos, as mulheres são mais afetadas por este tipo de ataques, recorremos aos comentários dos/as jornalistas nas perguntas abertas do inquérito, bem como aos dados de um conjunto de entrevistas semiestruturadas realizadas com mulheres jornalistas sobre as suas experiências e visões de assédio *online* e *offline*. Através de estratégias de amostragem intencional, de conveniência e bola de neve, recrutámos 25 jornalistas com idades entre os 24 e os 61 anos, que se identificam como mulheres, trabalhavam como jornalistas no momento das entrevistas e estavam disponíveis para serem entrevistadas: 10 jornalistas de imprensa nacional, 5 de jornais regionais, 5 de televisão e rádio e 5 de jornais *online*. Cada entrevista durou entre 60 e 90 minutos e foi gravada com o consentimento das entrevistadas, tendo sido todas transcritas na íntegra. Foram então anonimizadas e qualitativamente codificadas e analisadas através do software MaxQDA. Foi realizada uma análise temática (Braun & Clarke, 2006) que gerou quatro temas a partir dos dados: (1) assédio no contexto do jornalismo digital e hostilidade pública; (2) assédio, género e profissão; (3) dimensões individuais e institucionais; (4) normalização e trabalho emocional.

Os dados quantitativos e qualitativos obtidos foram interpretados no enquadramento da literatura feminista dos *media* (por exemplo, Pain & Chen, 2019; Posetti & Storm, 2018). Uma vez que a entrevista oferece a abordagem que mais diretamente inclui valores e crenças feministas, o foco qualitativo nas experiências das participantes e no entendimento partilhado reflete a valorização das histórias pessoais e ajuda-nos a olhar sob a superfície dos dados quantitativos. Høiby (2020) defende que a violência *online* de género é predominantemente dependente da violência sistemática anti-imprensa, das estruturas sociais patriarcais persistentes e das condições do espaço *online* que permitem que o assédio prospere, sendo esta uma visão que nos guia em todo o processo analítico.

Discurso abusivo nos comentários a notícias

É importante clarificar que o primeiro passo do projeto foi confrontar a imprecisão conceptual em torno dos tipos de comportamento *online* e constituir definições operacionais de discurso a partir da literatura e em função dos nossos objetivos. Embora definições bastante restritas pudessem resultar em estimativas baixas do tipo de problemas que queríamos identificar, conceções mais amplas podiam aumentar a sua extensão. O termo "discurso de ódio", por exemplo, pode referir-se a uma variedade de atos de fala e outros comportamentos abusivos que ocorrem *online* com efeitos sobre o jornalismo (Coelho & Silva, 2021; Silva *et al*., 2021; Simões, 2021).

Em termos gerais, quando a incivilidade, o *cyberbullying*, o *flaming* ou o *trolling* são direcionados aos/às jornalistas muitas vezes é porque fazem parte de um coletivo que tende a sofrer de maior hostilidade (Miller, 2021). No que diz respeito às mulheres jornalistas, elas não só fazem parte desse coletivo como também de um

grupo que historicamente tem sido submetido à misoginia e ao assédio. Optámos, assim, por adotar uma visão ampla dos comportamentos abusivos das audiências, enquadrando-os como assédio, nas suas componentes sexual e/ou moral. Seguimos Miller e Lewis (2022, p. 81), que definem o assédio como

> comportamentos indesejados de natureza sexual, abusiva, sexista ou agressiva. Esta definição inclui o assédio que pode ser violento, ameaçador, verbal, físico ou até mesmo levemente abusivo na forma, e reconhece que pode ocorrer *online* e *offline* e pode ser de natureza única ou repetida.

Os autores acrescentam que o "assédio de género" não é necessariamente de natureza sexual, mas é assédio baseado no género/sexo da vítima (na maioria das vezes, mulher).

Do mesmo modo, e de forma mais detalhada, é nosso o entendimento de que o assédio remete para um conjunto de comportamentos indesejados, singulares ou repetidos, percecionados como abusivos, podendo consistir num ataque verbal, não-verbal ou físico, tendo ou não um carácter sexual, conteúdo ofensivo e/ou humilhante ou constituindo-se em atos subtis que podem incluir violência psicológica ou física. Mesmo que praticado por membros do público, e por isso fora do ambiente da redação, o assédio, neste contexto, é também um tipo de comportamento que tem como objetivo diminuir a autoestima, subvalorizar o trabalho desenvolvido e, em última instância, fragilizar a ligação ao trabalho.

No que toca à análise da linguagem pela qual se expressa o assédio, incluindo nos comentários a notícias, optámos por ir além do termo "discurso incivil", utilizado, por exemplo, por Gonçalves *et al*. (2020, p. 4) na sua investigação sobre envolvimento de leitores/as e civilidade nos comentários, considerando que "um ataque à competência de alguém não é incivil, desde que não constitua um ataque à identidade ou à honra da pessoa". Adotámos, assim, o termo "discurso abusivo" como aquele que inclui um ataque abusivo à identidade e/ou à honra profissional das/os jornalistas, na medida em que desacredita o seu trabalho, prejudica a confiança pública no jornalismo e torna-se terreno fértil para a desinformação, além de ter aspetos específicos como os abaixo detalhados.

No que respeita à primeira pergunta de investigação, a que respondemos por análise dos comentários a notícias, identificámos, assim, discursos abusivos em 10,8% (n=2384) dos comentários publicados, sendo a maior parte no Facebook: 98,2% (n= 2342) dos casos. Este resultado refere-se a valores que estão em consonância com outras pesquisas que mostram que a maioria dos comentários não são abusivos, ainda que não contribuam para um debate relevante (Chen, 2017; Gonçalves *et al*., 2020).

Em resposta à nossa segunda pergunta de investigação, verificámos que 76,1% (n=1814) do discurso abusivo era direcionado às pessoas da notícia ou ao tema, em geral, enquanto, em 19,4% (n=463) dos casos, os ataques e/ou ofensas eram direcionados à jornalista ou colunista, ao meio de comunicação ou ao jornalismo em geral, nomeadamente através de termos específicos utilizados para atacar o trabalho jornalístico, incluindo "jornalixo" e os seus derivados.

De notar que nos é claro que o termos selecionado apenas notícias escritas por mulheres não nos permite concluir a dimensão exata da relação entre os comentários

e o género das jornalistas, pois muitas pessoas podem reagir apenas aos títulos ou ao conteúdo da notícia sem sequer verificar quem é o/a autor/a. No entanto, detetámos evidência de sexismo explícito em 26 comentários, constituindo essa uma das facetas da natureza do discurso que pode ser associada a outras, como o racismo, a xenofobia e a homofobia (Silveirinha et al., 2022).

Assédio e violência *online*: o que dizem os/as jornalistas

As três últimas perguntas de investigação procuravam avaliar a dimensão e caraterísticas do assédio e da violência *online*, os seus impactos materiais e as respostas disponíveis para os combater e prevenir, o impacto da Covid-19 no assédio *online* dos/as jornalistas, assim como analisar a natureza de género e sexualizada do assédio, conforme vivida e percebida em particular pelas mulheres jornalistas. Para lhes responder, baseámo-nos num inquérito e em entrevistas em profundidade com profissionais de notícias.

Em linha com o que se discutiu anteriormente, a larga maioria dos/as respondentes do inquérito (89,3%; n=367) considera que a violência *online* contra jornalistas constitui um problema relevante (ver Tabela 1), sendo as mulheres, ainda que numa diferença ténue, quem mais concorda em algum nível com esta ideia.

Tabela 1 – Grau de concordância com a afirmação "A violência *online* contra jornalistas constitui um problema relevante"

	Mulher		Homem		Outro	
	%	n	%	n	%	n
Concorda totalmente	49,2	88	37,2	86	0,0	0
Concorda	43,6	78	49,4	114	100,0	1
Discorda	5,0	9	10,4	24	0,0	0
Discorda totalmente	0,6	1	1,3	3	0,0	0
Ns/Nr	1,7	3	1,7	4	0,0	0

Fonte: elaboração própria *n=411*

Questionadas sobre a perceção quanto à hostilidade contra o jornalismo, duas nossas entrevistadas afirmam:

> Sim existe. Esta palavra […] o "jornalixo" vem, justamente, dessa desconsideração, dessa desvalorização da profissão. (Entrev. 03, 42 anos)
>
> Não é que seja uma coisa nova, mas com a digitalização das formas de comunicação connosco... E por toda a gente hoje em dia ter uma plataforma, toda a gente se acha no direito de usar essa plataforma para descredibilizar o trabalho dos outros. (Entrev. 08, 30 anos)

Além disso, existe também a noção de que o ambiente digital veio agravar a hostilidade contra o jornalismo e/ou jornalistas: 79,1% (n=325) dos/as inquiridas/os con-

cordam totalmente ou em parte com essa perceção, sendo mais uma vez entre as inquiridas do sexo feminino que esta noção mais se evidencia – 82,6% (n=148) entre as mulheres inquiridas *vs* 76,2% (n=176) entre os homens inquiridos.

Em resposta à nossa PI4, como referido nos dados da tabela 2, 61,3% (n=252) das pessoas inquiridas concordam de alguma forma com a possibilidade de o contexto da Covid-19 ter acentuado os problemas de violência *online* contra jornalistas. É, novamente, entre as mulheres jornalistas que se encontra uma maior expressão do agravamento deste fenómeno, subjacente aos contextos de confinamento relacionados com a pandemia.

Tabela 2 – Grau de concordância com a afirmação "O contexto decorrente da pandemia de Covid-19 agravou os problemas da violência *online* sobre as/os jornalistas"

	Mulher		Homem		Outro	
	%	n	%	N	%	n
Concorda totalmente	26,8	48	14,3	33	0,0	0
Concorda	40,8	73	42,0	97	100,0	1
Discorda	22,3	40	29,0	67	0,0	0
Discorda totalmente	1,7	3	3,5	8	0,0	0
Ns/Nr	8,4	15	11,3	26	0,0	0

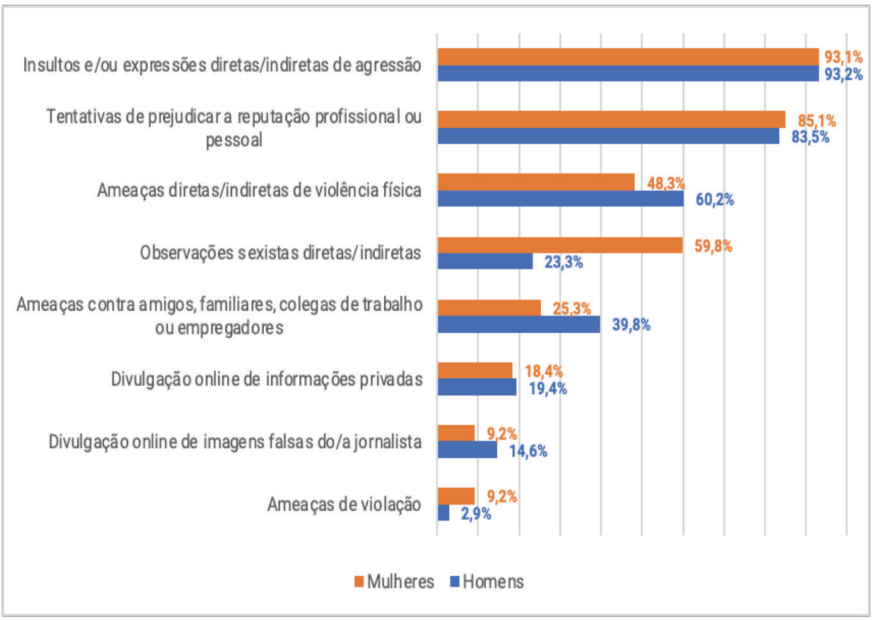
Fonte: elaboração própria *n=411*

Por outro lado, se quase metade dos/as respondentes (46,2%; n=190) admite já ter experienciado ataques *online*, mais de metade (58,9%; n=242) refere conhecer episódios de violência *online* contra jornalistas da sua ou, sobretudo, de outras redações. Entre estas situações, 40,7% (n=99) envolveram mulheres do mesmo órgão de comunicação social (OCS) e 61,7% (n=150) mulheres de outras redações, e 30,9% (n=75) homens do mesmo OCS e 41,6% (n=101) homens de outras redações.

Neste quadro, será interessante observar que, entre os 103 homens e 87 mulheres que responderam já terem sido vítimas de formas de violência *online*, a maioria refere que os ataques ocorreram, sobretudo, através do Facebook – seja o pessoal (53,7%; n= 102), seja o do órgão empregador (51,6%; n=98). A referência a ataques verificados através do *website* do meio de comunicação social apenas surge em 27,4% (n=52) dos casos.

Também de acordo com estes/as jornalistas, os ataques são particularmente insultos e expressões de agressão, assim como tentativas de prejudicar a reputação profissional ou pessoal dos/as jornalistas (ver Figura 1). Conquanto a perceção sobre a experiência destes últimos tipos de ataque seja relativamente paritária entre homens e mulheres, existem formas de violência *online* que sugerem alguma assimetria de género. Por exemplo, ameaças de violência física ou ameaças contra pessoas próximas parecem ser mais prevalentes entre homens. Por outro lado, é sobretudo entre respondentes mulheres que emergem referências a experiências de tipo de ataques mais diretamente relacionados com fatores de sexo ou género, tais como observações sexistas ou ameaças de violação.

Figura 1 – Tipo de ataques experienciados pelo menos uma vez entre os/as inquiridos/as e que responderam já terem sido vítimas de formas de violência *online* (%)



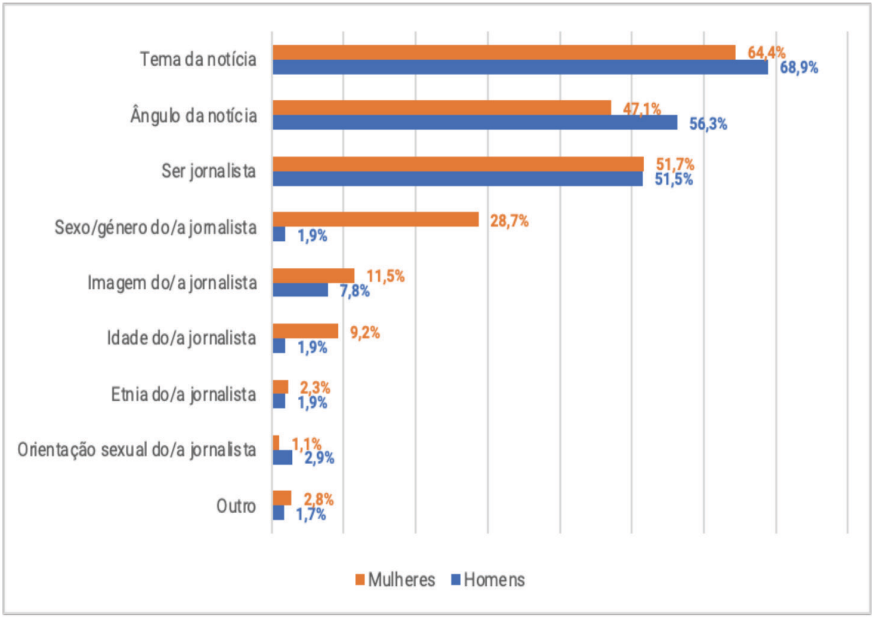
Fonte: elaboração própria *n mulheres=87; n homens=103*

Como refere uma jornalista entrevistada:

É muito mais provável eu ser atacada de forma sexista porque sou mulher ou porque não percebo nada disto porque devia era estar na cozinha. (Entrev. 08, 30 anos)

Quanto às causas percebidas dos ataques (Figura 2), estes/as inquiridos/as entendem que são o conteúdo, o tema ou o ângulo da notícia, assim como a própria profissão jornalística que inspiram os ataques. No seguimento do que se observa nessa figura, é ainda significativo o peso proporcional que aspetos como o género ou a idade assumem como causas percebidas dos ataques *online* entre as respondentes mulheres.

Figura 2 – Causa(s) percebida(s) dos ataques entre os/as inquiridos/as que responderam já terem sido vítimas de formas de violência *online* (%)



Fonte: elaboração própria *n mulheres=87; n homens=103*

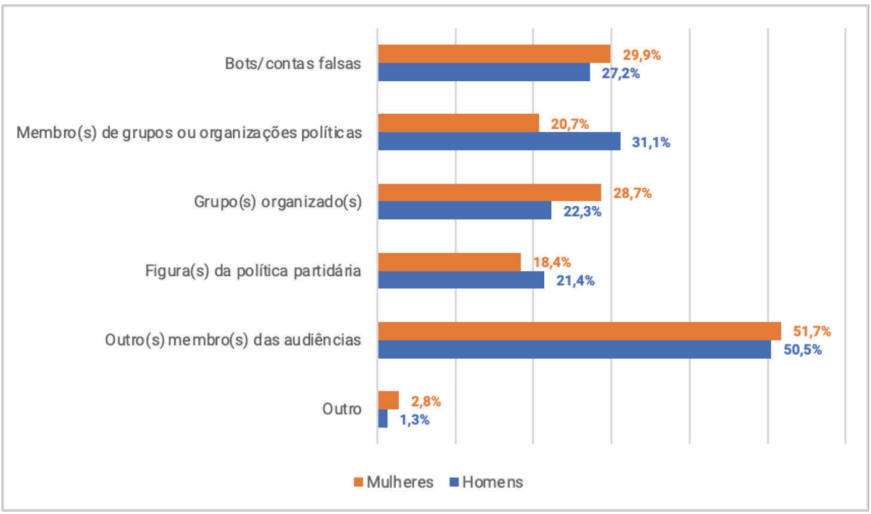
Durante as entrevistas, encontrámos perceções diversificadas, tanto excluindo o elemento de género, como salientando-o como a maior causa para a hostilidade recebida:

Eu sou uma jornalista. E essa tem sido sempre a minha conduta. Portanto, quando há determinadas reações negativas eu nem interpreto isso como sendo mulher, interpreto isso pela minha profissão – portanto, eu sou jornalista, ponto. Não sou homem nem sou mulher, sou jornalista. (Entrev. 21, 61 anos)

Há uma hostilidade ainda maior se nós formos mulheres. Isso é muito claro, é muito, muito claro, mas isso eu já sinto, eu já sinto há muitos anos. (Entrev. 11, 47 anos)

Num contexto de análise da relação entre os *media* e as suas audiências, é interessante constatar quem, no entender dos/as inquiridos/as que foram vítimas de violência *online*, são os/as perpetradores/as desses ataques (ver Figura 3).

Figura 3 – Origem percebida dos ataques pelos/as inquiridos que responderam já terem sido vítimas de formas de violência *online* (%)



Fonte: elaboração própria *n mulheres=87; n homens=103*

As respostas ao inquérito sugerem também um reconhecimento e preocupação sobre o potencial impacto deste tipo de ataques. Apenas 6,6% (n=27) do total da amostra demonstra algum tipo de desacordo com a possibilidade de a violência *online* contra jornalistas promover formas de violência *offline*. Além disto, 78,4% (n=322) concordam totalmente ou em parte com a ideia de a violência *online* poder ter um efeito de autocensura entre os/as profissionais.

No entanto, as posições dos/as inquiridos/as expõem a insatisfação com a inaptidão dos mecanismos existentes para lidar com estes desafios. Quase três quartos da amostra total (76,2%; n= 313) discordam em algum nível com a noção de a legislação portuguesa ser adequada para responder ao problema da violência *online*; mais de metade (52,8%; n=217) demonstra algum grau de acordo com a perceção de que a sua redação não possui mecanismos adequados para proteger os/as profissionais da violência *online*. Aliás, 88,6% (n=364) dos/as inquiridos/as concordam em algum grau com a ideia de que as organizações noticiosas deveriam tomar medidas mais concretas no sentido de garantir a segurança dos/as profissionais relativamente a fenómenos de violência *online*.

Por outro lado, foi possível também perceber que os problemas em causa tendem a ser desvalorizados entre a classe e as organizações profissionais. Nas palavras de duas jornalistas entrevistadas:

> Não houve ainda nada tão problemático que chamasse a atenção para isto. Mas realmente eu acho que também os jornalistas são péssimos a discutir as coisas que lhes dizem respeito, porque é sempre visto como muito autocentrado e etc. (Entrev. 25, 44 anos)
>
> Na verdade, é a Comissão da Carteira que, mais do que o sindicato [...], que deveria tomar algum tipo de atitude. Não toma. (Entrev. 14, 44 anos)

A falta de confiança nos mecanismos de proteção está também espelhada nas respostas efetivas aos ataques. Entre os/as inquiridos/as que referem terem sido alvo de violência *online*, 41,6% (n=79) denunciaram o caso às plataformas das redes sociais; 35,8% (n=68) reportaram o caso à organização noticiosa; e 9,5% (n=18) denunciaram o caso às autoridades policiais – apenas sete respondentes seguiram as três abordagens simultaneamente e 33 tomaram duas destas medidas. Aqueles/as que não denunciaram os casos referiram motivos como a procura de resolver o caso de outra forma, a avaliação de que não valeria a pena perante a irrelevância do caso, a perceção de que nada aconteceria após a denúncia do caso, a noção de se tratar de uma consequência inevitável da atividade profissional ou o facto de o caso não ter afetado o/a profissional.

Conclusão

Reconhecendo as vantagens que as interações nas plataformas digitais trouxeram para a profissão, os/as jornalistas sublinham a crescente hostilidade que sentem com o desenvolvimento do ambiente digital. Quase metade dos/as profissionais que responderam ao nosso inquérito nacional referiram já terem sido alvo de ataques *online*, em forma de abuso, assédio sexual e até ameaças de violação. Ainda assim, reportam não confiarem nos mecanismos de proteção existentes, desvalorizando estes atos e desistindo de prosseguir com alguma ação efetiva contra os/as responsáveis por estes ataques *online*. Por sua vez, defendemos, esta desmotivação alimenta um ciclo de desvalorização do problema que, consequentemente, contribui tanto para a desresponsabilização por atos de violência *online* como para a tendência a demonizar impunemente a classe jornalística. A falta de uma estrutura sólida de resposta a ataques *online* e de proteção dos/as jornalistas contribui para a manutenção de um espaço livre de limites e sanções, onde a ideia do "jornalixo" – um termo que, como vimos, não é inocente – pode ser imposta e politicamente instrumentalizada, em especial pelas vozes da extrema-direita.

Verificámos também uma certa resignação em relação à violência *online* – os/as jornalistas tendem a vê-la como parte do ofício, desvalorizando a natureza dos ataques e contribuindo, desta forma, para a normalização deste tipo de violência. Nas nossas entrevistas, várias jornalistas referiram que o tema não é debatido entre pares, o que contribui para que não haja um esforço corporativo de promover mecanismos de proteção mais estritos.

Todavia, os efeitos desta desvalorização e inércia são visíveis. Alguns/algumas participantes neste estudo admitem reagir com autocensura, expressão do desgaste causado pelas pressões exercidas por assédio e discursos organizados de ódio expressos pelo megafone das redes sociais e que, para mais de metade das pessoas inquiridas, se agravou com a primeira vaga da pandemia de Covid-19.

Um aspeto central do nosso projeto foi testar a dimensão destes discursos abusivos sob a perspetiva de género. Para as nossas entrevistadas, o ambiente digital veio acrescentar complexidade a uma realidade já por si desigual. Apesar de atribuírem a visibilidade da profissão como uma das razões da violência *online*, muitas reconhecem que a sua condição de género vem acentuar e encorajar incidentes de abuso. Para elas, concluímos, impõe-se uma negociação constante entre estas duas identidades, de jornalista e de mulher.

A segurança e integridade dos/as jornalistas vê-se, assim, testada também no ambiente digital. Cabe aos empregadores, assim como às autoridades, reconhecer esta vulnerabilidade e criar ou reforçar mecanismos de resposta. É necessário, ainda, reconhecer o risco acrescido para jornalistas que tratam de certos temas e grupos políticos, ou com certos traços identitários percebidos. O assédio em linha deve ser visto como um problema sistémico com consequências igualmente sistémicas (Holton *et al.*, 2021).

Como um dos comentários ao nosso inquérito refere,

[...] é óbvio que o clima de polarização trazido pela extrema-direita tem consequências *offline* na segurança dos jornalistas. O medo é um mecanismo de autocensura perigosíssimo em democracia. E no que diz respeito às mulheres jornalistas, as ameaças sexistas violentas são ainda recorrentes, o que torna fulcral que os órgãos e os reguladores ajam rapidamente. Criar um ambiente seguro para que os jornalistas possam agir à vontade nas suas redes sociais [...] é tão importante quanto criar condições laborais decentes para os jornalistas: são todos fatores que levarão a um melhor desempenho da função, uma melhor saúde mental e, em último caso, uma melhor democracia.

Referências

Binns, A. (2017). Fair game? Journalist's experiences of online abuse. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, *6*(2), 183–206. https://doi.org/10.1386/ajms.6.2.183_1

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, *3*(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

CCPJ. (2021). *Comunicados - Ameaças à liberdade de informação*. https://www.ccpj.pt/pt/deliberacoes/comunicados/ameacas-a-liberdade-de-informacao/

Chen, G. M. (2017). *Online incivility and public debate: Nasty talk*. Palgrave Macmillan. https://doi.org/doi.org/10.1007/978-3-319-56273-5

Chen, G. M., Pain, P., Chen, V. Y., Mekelburg, M., Springer, N., & Troger, F. (2020). 'You really have to have a thick skin': A cross-cultural perspective on how online harassment influences female journalists. *Journalism*, *21*(7), 877–895. https://doi.org/10.1177/1464884918768500

Cheruiyot, D. (2022). Comparing risks to journalism: Media criticism in the digital hate. *Digital Journalism*. https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2030243

Citron, D. K. (2011). Misogynistic cyber hate speech. http://digitalcommons.law.umaryland.edu/fac_pubs/1144

Coe, K., Kenski, K., & Rains, S. A. (2014). Online and uncivil? Patterns and determinants of incivility in newspaper website comments. *Journal of Communication*, *64*(4), 658–679. https://doi.org/10.1111/jcom.12104

Coelho, P., & Silva, M. T. (2021). A resistência do jornalismo de investigação. O potencial da aliança estratégica entre o jornalismo e a academia: estudo de caso do projeto "A Grande Ilusão". In J. C. Correia & I. Amaral (Eds.), *De que falamos quando dizemos jornalismo? Temas emergentes de pesquisa* (pp. 25–52). LabCom.

Creswell, J. W. (2014). *A concise introduction to mixed methods research*. SAGE publications.

Engelmann, I., Marzinkowski, H., & Langmann, K. (2022). Salient deliberative norm types in comment sections on news sites. *New Media & Society*. https://doi.org/10.1177/14614448211068104

Esteves, G., & Sampaio, F. (2020). *Viral: a epidemia de fake news e a guerra da desinformação*. Leya.

Ferrier, M., & Garud-Patkar, N. (2018). TrollBusters: Fighting online harassment of women journalists.

In J. R. Vickery & T. Everbach (Eds.), *Mediating misogyny: Gender, technology, and harassment* (pp. 311–332). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-72917-6_16

Frischlich, L., Boberg, S., & Quandt, T. (2019). Comment sections as targets of dark participation? Journalists' evaluation and moderation of deviant user comments. *Journalism Studies*, *20*(14), 2014–2033. https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1556320

Gardiner, B. (2018). "It's a terrible way to go to work:" what 70 million readers' comments on the Guardian revealed about hostility to women and minorities online. *Feminist Media Studies*, *18*(4), 592–608. https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1447334

Gardiner, B., Mansfield, M., Anderson, I., Holder, J., Louter, D., & Ulmanu, M. (2016, April 12). The dark side of *Guardian* comments. *The Guardian.* bit.ly/3GNnTH7

Gonçalves, J., Pereira, S., & Torres da Silva, M. (2020). How to report on elections? The effects of game, issue and negative coverage on reader engagement and incivility. *Journalism*, *23*(6), 1266–1284. https://doi.org/10.1177/1464884920958367

Häring, M., Loosen, W., & Maalej, W. (2018). Who is addressed in this comment? Automatically classifying meta-comments in news comments. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, *2*(CSCW), 1–20.

Higdon, N. (2020). *The anatomy of fake news*. University of California Press.

Høiby, M. (2020). The "triple effect" silencing female journalists online: A theoretical exploration. In *Journalist Safety and Self-Censorship* (pp. 100–113). Routledge.

Holton, A. E., Bélair-Gagnon, V., Bossio, D., & Molyneux, L. (2021). "Not their fault, but their problem": Organizational responses to the online harassment of journalists. *Journalism Practice*. https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1946417

Jagers, J., & Walgrave, S. (2007). Populism as political communication style: An empirical study of political parties' discourse in Belgium. *European Journal of Political Research*, *46*(3), 319–345. https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.2006.00690.x

Koliska, M., & Assmann, K. (2019). Lügenpresse: The lying press and German journalists' responses to a stigma. *Journalism*, *22*(11), 2729–2746. https://doi.org/10.1177/1464884919894088

Ksiazek, T. B. (2018). Commenting on the news. *Journalism Studies*, *19*(5), 650–673. https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1209977

Lewis, S. C., Zamith, R., & Coddington, M. (2020). Online harassment and its implications for the journalist–audience relationship. *Digital Journalism*, *8*(8), 1047–1067. https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1811743

Löfgren Nilsson, M., & Örnebring, H. (2016). Journalism under threat. Intimidation and harassment of Swedish journalists. *Journalism Practice*, *10*(7), 880–890. https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1164614

Mantilla, K. (2013). Gendertrolling: Misogyny adapts to new media. *Feminist Studies*, *39*(2), 563–570. http://www.jstor.org/stable/23719068

Miller, K. C. (2021a). Harassment's toll on democracy: The effects of harassment towards US journalists. *Journalism Practice*. https://doi.org/10.1080/17512786.2021.2008809

Miller, K. C. (2021b). Hostility toward the press: A synthesis of terms, research, and future directions in examining harassment of journalists. *Digital Journalism*. https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1991824

Miller, K. C., & Lewis, S. C. (2022). Journalists, harassment, and emotional labor: The case of women in on-air roles at US local television stations. *Journalism*, *23*(1), 79–97. https://doi.org/10.1177/1464884919899016

Oh, D. C., & Min, S. J. (2022). COVID-19 and the fourth estate: Asian American journalists' gendered racial harms and racial activation during the COVID-19 pandemic. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *99*(1), 113–134. https://doi.org/10.1177/10776990211068408

Pain, P., & Chen, V. (2019). This reporter is so ugly, how can she appear on TV? *Journalism Practice*, *13*(2), 140–158. https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1423236

Papadopoulou, L., & Maniou, T. A. (2021). 'Lockdown' on digital journalism? Mapping threats to press freedom during the COVID-19 pandemic crisis. *Digital Journalism*, *9*(9), 1344–1366. https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1945472

Posetti, J., Bell, E., & Brown, P. (2020). *Journalism and the pandemic: A global snapshot of impacts.* International Center for Journalists (ICFJ) and the Tow Center for Digital Journalism at Columbia University. https://kq.freepressunlimited.org/evidence/journalism-the-pandemic-a-global-snapshot-of-impacts/

Posetti, J., Shabbir, N., Maynard, D., Bontcheva, K., & Aboulez, N. (2021). *The chilling: global trends in online violence against women journalists*. UNESCO.

Posetti, J., & Storm, H. (2018). Violence against women journalists—Online and offline. In A. V. Montiel & S. Macharia (Eds.), *Setting the gender agenda for communication policy: New proposals from the global alliance on media and gender* (pp. 75–86). United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO).

Quandt, T. (2018). Dark participation. *Media and Communication*, *6*(4), 36–48. https://doi.org/10.17645/mac.v6i4.1519

Silva, M. T., & Brites, M. J. (2021). Audiências e jornalismo, uma relação difícil? In J. Carlos Correia & I. Amaral (Orgs.), *De que falamos quando dizemos Jornalismo?* (pp. 215–236). LabCom.

Silva, M. T. (Coord.), Gonçalves, J. F. F., Coelho, P., & Brites, M. J. (2021). Jornalismo, discurso de Slavtcheva-Petkova, V. (2015). "We are not fools": Online news commentators' perceptions of real and ideal journalism. *The International Journal of Press/Politics, 21(1), 68–87.* https://doi.org/10.1177/1940161215612203

Silveirinha, M. J, S. Sampaio-Dias, J. Miranda, B. Dias, B. Garcez, (2022) "Avenidas peligrosas de un espacio público sin ley: las formas de la violencia digital y el discurso de odio contra mujeres periodistas en Portugal", Comunicação ao VIII Congreso Internacional AE-IC.

Simões, R. B. (2021). Do trauma pessoal ao silenciamento público: implicações do assédio a mulheres jornalistas nos comentários online. In J. Carlos Correia & I. Amaral (Eds.), *De que falamos quando falamos de jornalismo?* (pp. 128–149). LabCom.

Slavtcheva-Petkova, V. (2015). "We are not fools": Online news commentators' perceptions of real and ideal journalism. *The International Journal of Press/Politics*, *21*(1), 68–87. https://doi.org/10.1177/1940161215612203

Stahel, L., & Schoen, C. (2019). Female journalists under attack? Explaining gender differences in reactions to audiences' attacks. *New Media & Society*, *22*(10), 1849–1867. https://doi.org/10.1177/1461444819885333

Townend, J. (2017). Freedom of expression and the chilling effect. In H. Tumber & S. Waisbord (Eds.), *Routledge Companion to Media and Human Rights* (pp. 73–82). Routledge.

Waisbord, S. (2018). Truth is what happens to news. *Journalism Studies*, *19*(13), 1866–1878. https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492881

Waisbord, S. (2020a). Mob censorship: Online harassment of US journalists in times of digital hate and populism. *Digital Journalism*, *8*(8), 1030–1046. https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1818111

Waisbord, S. (2020b). Trolling journalists and the risks of digital publicity. *Journalism Practice*, *16*(5), 984-1000. https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1827450

Ziegele, M., Jost, P., Bormann, M., & Heinbach, D. (2018). Journalistic counter-voices in comment sections: Patterns, determinants, and potential consequences of interactive moderation of uncivil user comments. *SCM Studies in Communication and Media*, *7*(4), 525–554. https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-4-525

Agradecimentos

Este artigo é dedicado à memória de Mário Mesquita. As/os autoras/es desejam agradecer a todos/as os/as jornalistas que gentilmente cederam o seu tempo para nos dar informação sobre as suas experiências e visões dos problemas estudados.

Investigação integrante do Projeto "O género nas pandemias de ódio: *media* sociais, Covid-19 e as mulheres jornalistas" (ID 758936851), financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT).

Notas biográficas

Maria João Silveirinha é doutorada em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa e professora associada aposentada. Os seus interesses de investigação centram-se no tema das relações entre as identidades e a comunicação, sendo-lhe especialmente relevantes os estudos feministas da comunicação, os temas dos direitos comunicativos das mulheres, as representações mediáticas, as mulheres no jornalismo e os aspetos políticos e sociais do espaço público mediático. É autora de vários livros e artigos científicos nestes domínios.

Ciência ID: DA1E-1EF9-0044

ORCID iD: 0000-0002-0702-3366

Scopus Author ID: 56251113300

Morada: Instituto de Comunicação da NOVA, Av. de Berna, 26 C 1069-061 Lisboa, Portugal

Susana Sampaio-Dias é *Senior Lecturer* de Jornalismo na Universidade de Portsmouth, Inglaterra. É doutorada pela School of Journalism, Media and Cultural Studies da Universidade de Cardiff, onde também contribuiu para o ensino e trabalhou como investigadora. A sua primeira monografia, *Reporting human rights*, foi publicada pela Peter Lang em 2016. Trabalhou como jornalista e produtora de notícias para a RTP – Rádio e Televisão de Portugal. É pós-graduada em Direito Internacional dos Direitos Humanos, e em Direito da Comunicação e Direitos de Autor, ambas pela Universidade de Coimbra (Portugal). Antes, completou um mestrado em Estudos de Jornalismo e uma licenciatura em Jornalismo pela Universidade de Coimbra, Portugal.

Ciência Vitae: 3416-0B42-2377

ORCID iD: 0000-0002-5025-9016

Morada: School of Film, Media and Communication, University of Portsmouth King Henry 1 Street, Park Building

PO1 2DZ Portsmouth

United Kingdom

João Miranda é professor na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra e investigador no Centro de Estudos Interdisciplinares – CEIS20, onde trabalha no campo dos Estudos

de Jornalismo. Entre os seus interesses de investigação, destaca-se a atenção conferida à dimensão socioprofissional da atividade jornalística, às questões da *accountability* e regulação dos *media*, e às práticas e culturas do jornalismo.

Ciência Vitae: 331E-33BC-8EDF

ORCID iD: 0000-0002-4720-3724

Morada: Universidade de Coimbra, Faculdade de Letras/Centro de Estudos Interdisciplinares - CEIS20, Largo Porta Férrea, 3000-370 Coimbra, Portugal

Bibiana Garcez é doutoranda em Ciências da Comunicação pela Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra (FLUC) e mestre em Jornalismo e Comunicação pela mesma instituição. Graduou-se em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), em Porto Alegre (Rio Grande do Sul/BR), e é pós-graduada em Direito da Comunicação Social pelo Instituto Jurídico da Comunicação da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra (IJC/FDUC). Os seus interesses de pesquisa centram-se no jornalismo, nomeadamente na ética jornalística, no jornalismo alternativo e feminista, assim como na economia política dos *media* e nos estudos feministas de forma mais alargada.

Ciência Vitae: A61F-3020-1A68

ORCID iD: 0000-0002-8282-8252

Morada: Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, ICNOVA

Largo Porta Férrea, 3000-370 Coimbra, Portugal

Bruno Dias é estudante de doutoramento em Ciências da Comunicação na Universidade de Coimbra (Portugal). Possui mestrado em Comunicação com menção em Estudos de Recepção Mediática pela Universidade Andina Simón Bolívar (Equador) e bacharelato em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal Fluminense (Brasil). Os seus principais interesses e publicações estão relacionados com a comunicação e cultura no âmbito dos Estudos Culturais, com ênfase na construção de diferentes identidades e hierarquias sociais relacionadas com a raça, etnia, género, classe e outras, em níveis local, nacional, transnacional e global. Além de sua experiência como docente e investigador, possui uma trajetória de mais de 10 anos no sector de comunicação, atuando na área de comunicação institucional, comunicação interna, produção de conteúdo e design gráfico.

Ciência Vitae: A314-FE83-51B9

ORCID iD: 0000-0001-6281-9730

Morada: Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, CEIS20, Largo Porta Férrea, 3000-370 Coimbra, Portugal

Como citar

Silveirinha, M.J., Sampaio-Dias, Susana, Miranda, J., Garcez, B., & Dias, B. (2022). Assédio e hostilidade *online* contra jornalistas: dimensões experienciais e de género. *Revista Media & Jornalismo, 22*(41), 83-102. https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_4

Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição-Não Comercial 4.0 Internacional.

What is (automated) news?
A content analysis of algorithm-written news articles

O que são notícias (automatizadas)?
Uma análise de conteúdo de artigos noticiosos redigidos por algoritmos

https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_6

Edson C. Tandoc Jr.
Nanyang Technological University, Singapore
edson@ntu.edu.sg

Shangyuan Wu
National University of Singapore, Singapore
shanwu@nus.edu.sg

Jessica Tan
Nanyang Technological University, Singapore
jessicatan@ntu.edu.sg

Sofia Contreras-Yap
Nanyang Technological University, Singapore
sofiatan001@e.ntu.edu.sg

Submitted: 2022/04/30 | Accepted: 2022/10/10
Submetido: 2022/04/30 | Aceite: 2022/10/10

Abstract

The use of automation in producing news articles confronts journalism with threats, opportunities, and ambiguities. Thus, automation in journalism has attracted a lot of attention, from scholars who sought the perspective of human journalists to those who examined how audiences process algorithm-written news articles. These studies assume that human-written news articles differ from automated-written news articles. But do they? This current study compared human-written with algorithm-written news articles published by media and software company Bloomberg. Guided by the frameworks of field theory and journalistic boundaries, we compared the news articles based on traditional markers of human-written news. Using manual content analysis, we found that algorithm-written news shares some similarities with human-written news, such as focusing on timely or recent events and using the inverted pyramid format. Beyond these, we also found differences. First, in terms of news values, human-written news articles tend to display more negativity and impact than algorithm-written news articles. Human-written news articles are also more li-

kely to include interpretation while algorithm-written articles tend to be shorter and contain no human sources.

Keywords
algorithm, automation, Bloomberg, content analysis, news

Resumo
O uso da automatização na produção de artigos noticiosos confronta o jornalismo com ameaças, oportunidades e ambiguidades. A automatização no jornalismo tem atraído muita atenção por parte da academia, desde a perspetiva dos jornalistas (humanos) à forma como as audiências processam os artigos noticiosos escritos com algoritmos. Estas pesquisas assumem que os artigos noticiosos escritos por humanos diferem dos artigos noticiosos escritos através de processos de automação. Mas será que são diferentes? Este estudo compara os artigos noticiosos escritos por humanos com os artigos noticiosos escritos por algoritmos publicados pela Bloomberg. Mobilizando os enquadramentos da teoria dos campos e a discussão em torno das fronteiras do jornalismo, descobrimos que as notícias escritas através de algoritmos partilham algumas semelhanças com notícias escritas por humanos, como o foco em acontecimentos atuais ou a utilização da pirâmide invertida. Mas também encontrámos diferenças. Primeiro, em termos de valores-notícia, os artigos noticiosos escritos por humanos tendem a exibir mais negatividade e impacto do que os artigos noticiosos escritos por algoritmos. Os artigos noticiosos escritos por humanos são mais suscetíveis de incluir interpretação, enquanto os artigos escritos por algoritmos tendem a ser mais curtos, sem utilizar fontes humanas.

Palavras-chave
algoritmos, automatização, Bloomberg, análise de conteúdo, notícias

Introduction

Technology has always been a transformative force in journalism (Pavlik, 2000). Major innovations, like the production of mobile, immersive, and data stories brought about by new technologies, have restructured work processes and reshaped journalistic outputs (Lewis & Zamith, 2017; Pavlik, 2000; Tandoc, 2019). While technological innovations may appear to be smoothly integrated in the news production process, tensions manifest due to various concerns regarding technology's impact on ethics, job security, and information integrity (Flew et al., 2012; Lewis & Westlund, 2015; Van Dalen, 2012; Weaver & Willnat, 2016). One innovation in journalism where such concerns are specifically salient is automated journalism.

The use of automated journalism, which some narrowly define as referring to computer-written news with little to no human input beyond initial programming (Carlson, 2015; Linden, 2017), confronts the journalistic field with threats, opportunities, and ambiguities. For some, automated newswriting frees up human journalists from writ-

ing trivial, templatized articles and allows them to focus on writing news that requires more analysis and higher discernment. For others, introducing automated newswriting in the newsroom presents yet another challenge to human journalists' ethical stance, editorial control, and job security, which are already all under threat. It presents ambiguities, as while organizations may benefit from a more efficient news production process, individual journalists fear job displacement or the need for retraining. Thus, automation in journalism has attracted a lot of scholarly attention, from those who sought the perspective of human journalists on how automation is unfolding in the field, to those who examined how audiences process algorithm-written news articles. To a large extent, many of these studies assume that human-written news articles differ from automated-written news articles. But do they?

This current study seeks to answer this question by comparing human-written and algorithm-written news articles published by financial media company Bloomberg, one of the early adopters of automated newswriting. Bloomberg publishes algorithm-written news articles under the byline of "Bloomberg Automation." Through the lens of Bourdieu's (1998, 2005) field theory and a content analysis of 1,282 randomly selected news articles published by Bloomberg from 2016 to 2017, this study compares human-written and algorithm-written articles based on established benchmarks of traditional news, such as the presence of particular news values, the use of sources and typical formats, and the presence of interpretation, and discusses the possible impact of automated newswriting's growth on the field of journalism.

Automated journalism

Seen as a subset of "computational journalism" or "algorithmic journalism" (Lewis and Zamith, 2017; Lewis et al. 2019), automated journalism has been initially defined as computer-written news with little to no human input beyond initial programming (Carlson, 2015; Linden 2017), although others later argued that automation in journalism goes beyond just writing, but also data collection and management, among other news production processes (Wu et al., 2018). Thus, automated journalism involves the use of automation technologies, which perform various tasks like writing, information filtering, and classification (Diakopoulos, 2015), in any part of the news production process, from the news gathering and selection stages to the news writing, editing, and distribution stages (Wu et al., 2018). Technological innovations, such as artificial intelligence software programs capable of machine learning and natural language generation, facilitate automated journalism (Montal and Reich, 2016). This reduction in human labor translates to reduced costs in news production (Carlson, 2015; Fanta, 2017), which may have contributed to the widespread adoption of automated journalism among news organizations like *The Washington Post*, the Associated Press, and the BBC (Danzon-Chambaud & Cornia, 2021), especially for data-driven news articles, such as those about earthquakes, sports, and business.

With automation's increasing ubiquity in the news production process, researchers have been studying its influence on the practices, content, business models, and labor requirements of traditional news media organizations. Carlson (2015) found both positive (e.g., finding patterns in information usually missed by humans) and

negative (e.g., increased layoffs of journalists) outcomes with automation technology use in newsrooms. Two studies raised ethical concerns regarding the use of algorithms and automation technology: Parasie (2015) found that journalists encountered dilemmas on their duty toward readers regarding information accuracy, and Montal and Reich (2016) discovered a lack of disclosure and byline policies for automated journalism articles. Van Dalen (2012) also found that automation lowers the costs and increases the efficiency in newsrooms and enables human journalists to pursue more challenging and creative stories.

Some news outlets have adopted automation in their processes. For example, Linden (2017) found that weather, sports, medicine, and business and finance news articles lend themselves better to automation. In particular, news professionals have described business news as a genre that is "easily templatized" and involves frequent "repetition" (Wu et al., 2018, p. 11). For example, in commodities market news, automation technology allows the easy checking and reporting of commodity price movements on a daily basis with zero involvement of a human journalist (Wu, 2020). High speed information scanning and story production allow automated journalism to match the pace of trading decisions, which are also left to "software designed to find marginal advantages and a competitive edge at speeds no human can replicate" (CB Insights, 2016, p. II). This may be one reason behind financial news wires' well-publicized adoption of automated journalism. For example, financial, software, and media company Bloomberg has established a separate "fully automated news service" called Bloomberg Automated Intelligence (BAI) (Fesanghary & Verma, 2020, p. 2).

Bloomberg, a top provider of business news with over 2,700 journalists and analysts producing over 5,000 articles every day (Bloomberg, n.d.), has widely used automation to produce news articles. Its BAI service leverages Bloomberg's extensive datasets, tracks markets, finds useful data, and shares all this information through automated computer-written articles created from more than 500 story templates (Bloomberg, 2021). In a speech at the Digital Life Design Conference in early 2019, Bloomberg Editor-in-Chief John Micklethwait revealed that Bloomberg's Cyborg bot can swiftly extract key details from earnings reports to generate headlines and short news articles. He also disclosed that about a third of all Bloomberg news content is produced with some form of automation (Digital-Life-Design, 2019). Bloomberg's status as a leading provider of global financial news and its extensive use of automation in producing news articles provides a useful and important context within which the impact of automation on journalism may be investigated. Thus, in this current study, we examine Bloomberg's use of automation in news production by comparing its algorithm-written news articles with those written by its human journalists. This current study focuses on automated newswriting, which is only one aspect of automated journalism.

Transformations in the journalistic field

Pavlik (2000, p. 229) argued that journalism "has always been shaped by technology." Indeed, most recent developments in the journalistic field, such as mobile, immersive, and automated journalism, are the results of technological innovation (Lewis

& Zamith, 2017). While many of these technologies were not specifically designed for journalism, their use in journalism can be transformative, as they may bring logics and practices not originally intended for journalistic purposes (Tandoc, 2019). Research interest in the increasing use of different technologies in journalism has naturally followed, with studies investigating technology's effect on news production. For example, Perreault and Stanfield (2019) examined role conceptions in mobile journalism; Danzon-Chambaud and Cornia (2021) examined automated journalism's impact on media practitioners; and Fahmy and Attia (2020) examined data journalism practice and development in the Arab world. What is common among these studies examining technology's impact on journalism is their use of Bourdieu's (1998, 2005) field theory to guide and frame their research. In field theory, journalism is seen as a field of forces that may be transformed or preserved depending on the actions and decisions of existing agents and new entrants (Bourdieu, 2005). New players entering the field also introduce new processes (e.g., web analytics in journalism), which have been studied to reveal how a technology developed outside the field of journalism is changing traditional journalistic norms and routines (e.g., Wang, 2018; Moyo et al., 2019; Hanusch, 2017; Petre, 2018, Wu et al., 2019a).

The field of journalism can be susceptible to changes brought about by external shocks due to its highly heterogeneous capital structure (Bourdieu, 1998; 2005). Not only does it capitalize on its cultural capital that is often operationalized as the field's cache of competence and credibility, but the journalistic field also relies heavily on its economic capital, usually measured in terms of revenues and audience size (Benson & Neveu, 2005). The field's embrace of new technologies, including web analytics and automation, has been widely seen as a response to journalism's shrinking stock of economic capital (Tandoc, 2014; Dörr, 2016). When new technologies, processes, and agents enter the journalistic field, they bring with them logics that are external to the field but are then able to challenge, if not transform, journalism's internal logics (Wu et al., 2019b; Belair-Gagnon & Holton, 2018; Eldridge, 2018).

Indeed, automation is a process that originated from outside the field of journalism (Danzon-Chambaud & Cornia, 2021; Linden, 2017). How automation impacts the content of news has been discussed mostly from the perspective of audiences and pertaining to perceptions of credibility and objectivity. Waddell (2018) discovered that audiences view articles declared to be written by human journalists to be more credible than those declared to be written by algorithms; Liu and Wei (2019) found audiences perceiving machine written news to be more objective than human-written news; and Waddell (2019) found that articles co-authored by human and machine are viewed as less biased by audiences than those written just by the machine. Tandoc et al. (2020) also discovered that when audiences perceive a story's content to be objective, they tend to rate message and source credibility higher if it was written by a machine than by a human. However, there has not been any empirical research done on the actual differences in content produced by a machine versus that produced by a human journalist.

Studies have compared online news articles and print news articles, finding some differences, such as online articles more likely to engage in follow-up reporting than do print articles (Burggraaff & Trilling, 2017). Comparing content written through automation with those written by a human journalist is also an important investigation,

given assertions by scholars that algorithm-written output may be more scientific, precise, and neutral because of its seeming lack of personal bias or opinion (Parasie, 2015; Borges-Rey, 2016; Tandoc & Oh, 2017). Conversely, humans have been perceived to be able to produce content that machines cannot because they are able to conduct further inquiry, use critical thought and observation, and perform in-depth analysis and investigation (Abu-Fadil, 2016). Tasks like conducting interviews; injecting emotion, wit, and insight into articles; recognizing political, legal, and cultural sensitivities; and establishing context and causality still lie within the purview of human journalists and highlight the importance of their contributions (Wu et al., 2018). These manifest in human journalists' ability to inject opinion, analysis, and context into their reporting, which can be considered as engaging in interpretation, going beyond the dissemination of information. However, the extent to which automated news articles may be adhering to traditional journalistic rules that have guided human journalists in their writing has not been adequately studied.

Boundaries of journalism

While field theory may provide a broad argument to why automation in the news must be studied as it brings in logics originally developed outside the field, the concept of journalistic boundaries is also instructive. Increasingly, actors who would not fall under the traditional definition of a journalist—such as ordinary citizens or data scientists—are now performing acts of journalism and have been referred to as interlopers or peripheral actors in journalism (Belair-Gagnon & Holton, 2018; Eldridge, 2018). Traditional forms of news dissemination have been upended by social media and messaging apps (Kim, 2020; Bosch, 2014), and traditional ways of writing are now supplemented by automated news writing (Jung et al., 2017; Liu & Wei, 2019; Montal & Reich, 2017; Wu et al., 2019a; Tandoc et al., 2020). Thus, journalists find themselves having to constantly negotiate the boundaries of their profession (Carlson, 2015).

What are the boundaries of journalism? In proposing a theory of metajournalistic discourse, which refers to "public expressions evaluating news texts, the practices that produce them, or the conditions of their reception," Carlson (2016, p. 362) identified boundary setting as an important process and called attention to "boundaries around actors, norms, and practice." The concept of boundary work traces to Gieryn's (1983) observation of how scientists engage in strategies to demarcate or contrast their work from non-scientific or technical pursuits to maintain a particular public image. Studies in journalism have since adapted the concept to describe how traditional journalistic actors distinguish themselves from external actors or new entrants. For example, in their analysis of metajournalistic discourse around Gawker's outing of a married magazine executive, Tandoc and Jenkins (2016) found that news outlets and reader comments focused on outlining who a journalist is, what constitutes news, as well as ethical standards as important boundaries of journalism. In further operationalizing journalism's boundaries to analyze big data journalism, Tandoc and Oh (2017) conducted a content analysis of *The Guardian's* Datablog articles based on news values, sources, topics, visualization, and objectivity. Stalph (2018) also examined data-driven articles and focused on some of these markers of traditional jour-

nalism, classifying them into formal characteristics (e.g., number of words, topic); data visualization (e.g., visualization type); data sources (e.g., data provider, country of origin); and form and content (e.g., story format, subject matter). In their analysis of data-driven news outputs in China, Zhang and Feng (2019) also focused on data source, data analysis, mode of presentation, and transparency.

Guided by these studies and the frameworks of field theory and boundary work, this current study compares automated news articles with articles written by human journalists from Bloomberg, one of the pioneers in automated newswriting, in terms of the articles' adherence to journalism's news values and routines. Studies have long examined and considered these news values and routine manifestations as markers of traditional news, with the assumption that traditional news is produced, or constructed, by human journalists. *News values* have been described as a set of "rules" (Shoemaker & Vos, 2009, p. 53) and a set of "requirements" (Harcup & O'Neill, 2001, p. 1471) that guide what messages and information are emphasized and selected as news (Tandoc et al., 2021). They influence journalists' decision-making throughout the whole news production process (Parks, 2019). Common news values used in studies include timeliness, proximity, impact, and novelty, among others (Caple & Bednarek, 2015). In their content analysis of articles based on big data published in *The Guardian's* Datablog, Tandoc and Oh (2017) found that most articles displayed the news value of prominence, using datasets from well-known organizations and featuring prominent companies and countries in their reports.

News routines are "repeated practices and forms" that allow journalists to efficiently perform news production within temporal and economic constraints (Lowrey, 2014, p. 1). News routines can also manifest in news outputs, such as in topic selection and use of particular sources. Journalists, dealing with constraints like deadlines, viewership levels, and information availability, may be limited to covering stories under certain topics only, or relying on a small subset of usual news sources. For example, a content analysis of online news articles from 10 news sites in five Western countries found a strong emphasis on news about politics and economy (Quandt, 2008). A content analysis of broadcast, print, and online news from 11 countries had found an overreliance on government sources in most countries (Tiffen et al., 2014). Another news routine is the use of the inverted pyramid as story format, which Pöttker (2003, p. 510) describes as "cost-saving" as it allows quicker editing and faster production of articles. A comparative content analysis of news articles published by *The New York Times* and Buzzfeed in the United States found that majority of their articles (82% for Buzzfeed, 71% for *The New York Times*) used the inverted pyramid format (Tandoc, 2018).

Based on these previous studies that examined news articles based on traditional content markers, as well as on the ongoing discourse and research about the limitations of automated news, this current study focuses on Bloomberg and compares its news articles written by humans with those written by automated technology based on the following content features: news values, topic, sources, format, and providing context and analysis. Therefore, using manual content analysis, we seek to answer the following research question:

RQ. How do human-written and algorithm-written news articles compare in terms of:

1. News values (i.e., negativity, timeliness, impact, novelty, superlativeness)?

2. News topic?
3. Dominant information source?
4. Story format?
5. Providing interpretation (i.e., opinion, context, and analysis)?

Method

This study is based on manual content analysis of news articles published by Bloomberg across two years: 2016 and 2017. The unit of analysis is each individual news article. Content analysis allows the examination of the extent to which content elements recur, but this is limited to only manifest content (i.e., what is in the data), which potentially misses out on analyzing nuances and sensemaking that qualitative approaches engage in. Launched in the 1980s, Bloomberg has long been known for its information "terminal," a computer software system designed to meet the needs of finance professionals such as bankers, analysts and traders who require real-time and newsworthy information related to the economy and financial markets. While it provides news and data services across other platforms like the internet, radio, print, and television, Bloomberg's terminal offerings remain a core business (Stewart, 2019), with more than 320,000 subscribers worldwide (CB Insights, 2016). Having established itself as a leading provider of global financial news, Bloomberg serves as a noteworthy case study in automated newswriting. The company has increasingly focused on its capacities in automated journalism, a domain wherein competitors such as Associated Press, *The Washington Post* and Reuters are also developing expertise.

Using constructed week sampling (Riffe et al., 1993), our analysis involves 1,280 articles: 650 articles are human-written articles, and 630 articles are algorithm-written articles. We sourced the articles from our university's subscription to Bloomberg's computer terminal. This paid subscription provides access to Bloomberg's news reports, among other types of content. In this study, we focused on news articles in the terminal. We collected a representative sample of articles using constructed week sampling by constructing two full weeks for each year. To construct one full week for 2016, we randomly selected one Monday, one Tuesday, and so forth (e.g., using random selection, we randomly picked one Monday and then sampled all articles published on that day). We repeated this process to construct a second week for 2016, ensuring that no two dates are repeated (Riffe et al., 1993). The same process was done to sample articles from 2017.

Based on the literature, we developed a coding manual and trained three student coders in using the manual to analyze the sampled articles. Following the training, an intercoder testing exercise was conducted, where the coders independently analyzed 20 articles, evenly split between human and automated and excluded from the final sample. While intercoder reliability among the three coders was achieved in most categories, issues were found for some variables, including coding for the dominant source (Krippendorf's $\alpha = .62$) and the news value of proximity (Krippendorf's $\alpha = .32$). Proximity is defined as the geographical or psychological closeness of an issue or event to the newsroom (Martin, 1988); however, Bloomberg operates several bureaus which is difficult to ascertain based on content alone. Thus, we decided to

exclude this variable in our analysis. We conducted another round of coder training and subsequently conducted another round of intercoder testing, which yielded acceptable intercoder reliability results (Krippendorf's α = .70 and above), allowing us to proceed with the actual coding of the articles based on the following categories:

Author type. First, we coded the articles if they were written by a human, using automation, or a combination of both human and automation. Bloomberg labels automated news articles with a byline that says "Bloomberg Data News" as well as a sentence at the end of the article stating that: "This story was produced by the Bloomberg Automated News Generator." Since this was a straightforward categorization, and no article had combined authorship, the coders achieved perfect reliability (Krippendorf's α = 1.0).

News values. The articles were coded for the presence or absence of five news values common in traditional journalism (Caple and Bednarek, 2015; Harcup and O'Neill, 2001; Rogers, 2004). Negativity refers to when the article focuses on the negative aspects of an issue or event (Krippendorf's α = 0.74). Timeliness refers to whether the news article is about a recent issue or event, and we coded each article based on its date of publication, so that an article is coded as having the news value of timeliness if the event or issue mentioned in the article is temporally close to the publication date (Krippendorf's α = 1.0). Impact refers to whether the article is about an issue or event that has significant effect or consequences on a large number of people (Krippendorf's α = 0.71). Novelty refers to whether the issue or event depicted in the article has new or unexpected aspects (Krippendorf's α = 1.0). Finally, superlativeness refers to whether the issue or event itself has a large scope or scale, such as involving a high number of participants, etc. (Krippendorf's α = 0.74). Eliteness or prominence was excluded from the analysis as the coders yielded consistently low reliability in both rounds of testing.

Topic. We adopted Bloomberg's own categorization of topics as specified in the terminal. Thus, the articles were coded if they were about business news, general news, legal affairs, or sports. The coders recorded a reliability level slightly lower than the study's threshold (Krippendorf's α = 0.69)—this limitation must be considered when interpreting the results.

Dominant source. The articles were coded for the dominant human source used. We only focused on the main source, based on who is quoted in the lead or cited in most paragraphs. We also decided to narrow down to just the human source, although an article can also cite document sources. The dominant source can be from government, politics, or law enforcement; business; civic society; culture, arts, sports, or entertainment; academe; or ordinary people. We also coded for the absence of any human source. Following a second training session and intercoder reliability testing, reliability improved from the first round (Krippendorf's α = .90).

Story format. This refers to the story structure, which can be in the form of a listicle, chronology, reverse chronology, narrative, or the commonly used inverted pyramid (Tandoc, 2018). The coders achieved perfect reliability. We also coded for story length based on number of words, where the coders achieved acceptable reliability (Krippendorf's α = .78).

Providing interpretation. Based on previous studies that argued about the limitations of automated news and the advantages of human authors, we also coded the

articles on whether they include opinion (e.g., personal interpretation of an issue or event), context (e.g., background information or description of the bigger picture), and analysis (e.g., explanations or critical perspectives on the event). An article got a score of 1 for each of these elements; the scores across the three elements were added, so that an article can get a maximum score of 3 if all these elements were present. The coders achieved acceptable reliability (Krippendorf's α = .74).

Results

Using manual content analysis, we compared Bloomberg articles written by human authors with those written by its automated news generator based on news values, topic, source, format, and interpretation, which are usually considered markers of traditional news, long been assumed to be produced by humans.

First, we focus on news values: negativity, timeliness, impact, novelty, and superlativeness. The analysis found that all articles analyzed contained the news values of timeliness and novelty, except for one algorithm-written article. This may be due to the nature of Bloomberg's subscription-based news service that focuses on sending out news quickly to subscribers. Thus, we proceed to the three other news values: negativity, impact, and superlativeness. The analysis found significant associations between type of author (human vs. machine) and the presence of the three news values (Table 1).

Table 1 – Comparing human-written and algorithm-written articles

Categories		Human-Written	Algorithm-written	x2
News values	Timeliness	100%	99.8%	1.03
	Novelty	100%	99.8%	1.03
	Negativity	49.1%	27.5%	63.18 a
	Impact	20.3%	5.7%	59.93 a
	Superlativeness	21.2%	5.6%	67.25 a
News topic	Business news	47.3%	97.9%	408.37a
	General news	52.7%	2.1%	
Source	Human source	93.5%	0.6%	1108.60a
Format	Inverted pyramid	96.2%	99.8%	22.86a
Interpretation	Opinion	21.5%	6%	64.25 a
	Context	96.5%	100%	22.39 a
	Analysis	36.3%	6.8%	162.21 a

Note. [a] *p < .001.*

In terms of negativity ($x^2[1, N = 1280] = 63.18$, $p < .001$), human-written articles (49.1%) had a higher likelihood of containing negativity than algorithm-written articles (27.5%). Next, in terms of impact ($x^2[1, N = 1280] = 59.93$, $p < .001$), human-writ-

ten articles (20.3%) had a higher likelihood of containing the news value of impact than algorithm-written articles (5.7%). Finally, in terms of superlativeness t (x^2[1, *N* = 1280] = 67.25, p < .001), human-written articles (21.2%) had a higher likelihood of containing the news value of superlativeness than algorithm-written articles (5.6%).

Second, the analysis found significant association between type of author (human vs. automation) and broad topic, based on Bloomberg's own categorization, (x^2[1, *N* = 1280] = 408.37, p < .001; see Table 1). Human-written articles were almost evenly split into business news (48.3%) and general news (52.7%) while algorithm-written news was mostly about business news (97.9%).

Third, the analysis found significant association between type of authorship and the use of human source (x^2[1, *N* = 1280] = 1108.61, p < .001; see Table 1). While we have coded for specific types of sources, we had to dummy code the variable into with human *vs* no human source to be able to run meaningful chi-square test of association, as algorithm-written articles were mostly devoid of human sources. While human-written articles were predominantly relying on human sources (93.5%) such as businesspeople, almost all algorithm-written articles did *not* mention a human source (99.4%).

Fourth, in terms of story format, most human-written articles used the inverted pyramid format (96.2%) while all the algorithm-written articles except one (99.8%) used inverted pyramid (see Table 1). In terms of story length, there was a significant difference between human-written and algorithm-written articles, *t* (1278) = 23.61, p < .001. Human-written articles (M = 476, SD = 296) were significantly longer than algorithm-written articles (M = 189, SD = 72).

Finally, when it comes to providing interpretation—inclusion of opinion, context, and analysis—we found a significant, albeit small, difference between human-written and algorithm-written articles, *t* (1258) = 11.11, p < .001. Human-written articles were slightly more likely to exhibit various types of interpretation (M = 1.54, SD = .82) than algorithm-written articles (M = 1.13, SD = .44). The smaller variation in scores among algorithm-written articles also shows that algorithm-written articles tend to be more uniform, while human-written articles exhibited more variability in the extent to which forms of interpretation are included (see Table 1 for a detailed comparison).

Discussion

This current study compared human-written with algorithm-written news articles published by Bloomberg and archived in its terminal, which supplies a range of content, including news articles, to subscribers. Guided by the frameworks of field theory and journalistic boundaries, we compared the news articles based on traditional markers of news, which have been examined for a long time with the assumption that news is produced and constructed by human journalists. By using these traditional markers, we found that algorithm-written news shares some similarities with human-written news, such as focusing on timely or recent events and using the inverted pyramid format. Beyond these, we also found differences. First, human-written news articles tend to display more negativity and impact than algorithm-written news articles. Human-written news articles are also more likely to include interpretation, which many scholars studying automation in news have

argued based on interviews with human journalists. Algorithm-written articles also tend to be shorter in length and contain no human sources.

Automation in the news has been initially welcomed for its promise of efficiency and speed. Indeed, we see this in the news value of timeliness, that algorithm-written news can assemble details faster, using automated processes. Since they are automatically generated using algorithms and templates that were initially programmed by humans, they also usually contain news elements that are easily templatized, such as story format. These findings show that machines can be programmed to mimic human output, at least to some extent. Across other aspects, however, we still find divergence between human-written and algorithm-written outputs.

First, we found that human-written news articles are more likely to provide interpretation. But a closer scrutiny of the data also reveals that algorithm-written articles also provide background information, a form of context (see Table 1). Background information can also be templatized, at least in business news, such as providing annual financial trends to contextualize daily reports. But human-written articles contain more analysis and opinion. Indeed, unlike machines, human journalists can inject opinion, analysis, and context into their work (Wu et al., 2018). Second, and closely related to the earlier point, human-written articles tend to be longer, which can be explained by the injection of analysis and opinion. Differences in length may also be due to the use of human sources, common in human-written articles but absent in algorithm-written articles. Third, we found that Bloomberg uses automation almost exclusively for business news, while human-written articles represent a wider range of topics. This may be representing what previous studies have argued, that automation in journalism can free up human journalists to pursue more important, and perhaps more diverse, stories.

These findings also seem to show automation, at least in Bloomberg, is kept in its place by human managers—the humans continue to control the types of articles the machines are tasked to write, overseeing their work, and perhaps ensuring that they do not take on tasks that significantly threaten the position of human journalists in the newsroom hierarchy. Machines are delegated articles that are number-oriented and easily templatized, i.e., business news rather than general news, and that have less impact and are of a smaller scope or scale. These algorithm-written articles tend also to be devoid of human perspectives and have less interpretation. Human managers in the newsroom, it seems, are still controlling the rate at which machines are *allowed* to transform the news industry. That said, if automated news writing continues to grow in scale and improve in its ability to mimic human writing, how will it affect variety and diversity in news coverage? For example, our findings show that while human-written articles have a lot of variance when it comes to length and injection of interpretation; algorithm-written articles tend to be more uniform, displaying less variety. News organizations keen to utilize such automated technologies to reduce their dependence on manpower and increase their output may actively make decisions to machine-write a greater number of articles. Concerns then may arise, as news produced by machines tend to contain less critical thought, inquiry, and investigation (Abu-Fadil, 2016). Output quantity may come at the expense of quality.

Of course, the findings presented here must be understood in the context of several limitations. First, while manual content analysis allows empirical comparison

of textual elements, it cannot capture the contexts and processes behind the production of manifest content. For example, our results cannot ascertain what kinds of editorial policies are in place that guide automated news writing (e.g., what kinds of stories are "assigned" to algorithms). Still, the findings presented here can complement interview-based studies that explored what journalists think about and do with automation. Second, we focused on a specific news organization, one that has the resources to experiment with and fine-tune the embedding of automation in its work processes, which limits the applicability of the insights gleaned from our analysis. Future studies can build on our findings to examine the content produced by automated processes implemented in other types of news organizations as well as articles. For example, other news organizations use automated newswriting for earthquake articles and sports news articles. Finally, our sample of news articles was from 2016 to 2017, and the use of automated newswriting may have changed since then, both within and outside Bloomberg, especially during the COVID-19 pandemic, where a lot of news coverage focused on pandemic-related statistics. Still, we hope the findings we presented here will be useful for future studies as we continue to examine and understand how automation is (or is not) transforming the journalistic field.

References

Abu-Fadil, M. (2016, September 25). *Will automation upend journalism?* Huffington Post. https://www.huffpost.com/entry/will-automation-upend-jou_b_12179988

Belair-Gagnon, V., & Holton, A.E. (2018). Boundary work, interloper media, and analytics in newsrooms. *Digital Journalism, 6*(4), 492-508. https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1445001

Benson, R., & Neveu, E. (2005). Introduction: Field theory as a work in progress. In R. Benson & E. Neveu (Eds.), *Bourdieu and the journalistic field* (pp.1–28). Polity Press.

Bloomberg. (n.d.). *What we do. Careers*. Bloomberg. https://www.bloomberg.com/company/what-we-do/

Bloomberg. (2021). *Using Bloomberg automated news stories to predict market events*. Bloomberg. https://www.bloomberg.com/professional/blog/using-bloomberg-automated-news-stories-to-predict-market-events

Borges-Rey, E. (2016). Unravelling data journalism: A study of data journalism practice in British newsrooms. *Journalism Practice*, *10*(7), 833–843. https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1159921

Bosch, T. (2014). Social media and community radio journalism in South Africa. *Digital Journalism,* 2(1), 29–43. https://doi.org/10.1080/21670811.2013.850199

Bourdieu, P. (1998). *On television*. The New Press.

Bourdieu, P. (2005). The political field, the social science field and the journalistic field. In R. Benson & E. Neveu (Eds.), *Bourdieu and the journalistic field* (pp. 29–47). Polity Press.

Burggraaff, C., & Trilling, D. (2017). Through a different gate: An automated content analysis of how online news and print news differ. *Journalism*, *21*(1), 112–129. https://doi.org/10.1177/1464884917716699

Caple, H., & Bednarek, M. (2015). Rethinking news values: What a discursive approach can tell us about the construction of news discourse and news photography. *Journalism*, *17*(4), 435–455. https://doi.org/10.1177/1464884914568078

Carlson, M. (2015). Introduction: The many boundaries of journalism. In M. Carlson & S.C. Lewis (Eds.), *Boundaries of journalism: Professionalism, practices, and participation* (pp. 1-18). Routledge.

Carlson, M. (2016). Metajournalistic discourse and the meanings of journalism: Definitional control, boundary work, and legitimation. *Communication Theory, 26*(4), 349–368. https://doi.org/10.1111/comt.12088

CB Insights. (2016). *Twilight of the terminal: Disruption of Bloomberg LP.*
https://www.cbinsights.com/research/report/bloomberg-terminal-disruption/

Danzon-Chambaud, S., & Cornia, A. (2021). Changing or reinforcing the "rules of the game": A field theory perspective on the impacts of automated journalism on media practitioners. *Journalism Practice*, *22*(14), 1987-2004. https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1919179

Diakopoulos, N. (2015). Algorithmic accountability: Journalistic investigation of computational power structures. *Digital journalism*, *3*(3), 398-415. https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976411

Digital-Life-Design. (2019, January 21). *Journalism in the age of AI (John Micklethwait, Bloomberg Media) | DLD 19* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=65jDYCAnLJU

Dörr, K.N. (2016). Mapping the field of algorithmic journalism. *Digital Journalism, 4*(6), 700-722. https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1096748

Eldridge, S.A. (2018). "Thank God for Deadspin": Interlopers, metajournalistic commentary, and fake news through the lens of "journalistic realization". *New Media & Society, 21*(4), 856-878. https://doi.org/10.1177/1461444818809461

Fahmy, N., & Attia, M. A. M. (2021). A field study of Arab data journalism practices in the digital era. *Journalism Practice*, *15*(2), 170-191. https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1709532

Fanta, A. (2017). *Putting Europe's robots on the map: Automated journalism in news agencies*. Reuters Institute for the Study of Journalism. *https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/putting-europes-robots-map-automated-journalism-news-agencies*

Fesanghary, M., & Verma, A. (2021). *Predictive analysis of Bloomberg Automated Intelligence*. Bloomberg Quant Research.
https://www.bloomberg.com/professional/blog/using-bloomberg-automated-news-stories-to-predict-market-events/

Flew, T., Spurgeon, C., Daniel, A., & Swift, A. (2012). The promise of computational journalism. *Journalism practice*, *6*(2), 157–171. https://doi.org/10.1080/17512786.2011.616655

Gieryn, T. F. (1983). Boundary-Work and the demarcation of science from non-science: Strains and interests in professional ideologies of scientists. *American Sociological Review, 48*(6), 781–795. https://doi.org/10.2307/2095325

Hanusch, F. (2017). Web analytics and the functional differentiation of journalism cultures: individual, organizational and platform-specific influences on newswork. *Information, Communication & Society, 20*(10), 1571–1586. https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1241294

Harcup, T., & O'Neill, D. (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism studies*, *2*(2), 261–280. https://doi.org/10.1080/14616700118449

Jung, J., Song, H., Kim, Y., Im, H., & Oh, S. (2017). Intrusion of software robots into journalism: The public's and journalists' perceptions of news written by algorithms and human journalists. *Computers in human behavior*, *71*, 291–298. https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.02.022

Kim, H.S. (2020). How message features and social endorsements affect the longevity of news sharing. *Digital Journalism*, *9*(8), 1162-1183. https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1811742

Lewis, S. C., Guzman, A. L., & Schmidt, T. R. (2019). Automation, journalism, and human–machine communication: Rethinking roles and relationships of humans and machines in news. *Digital Journalism*, *7*(4), 409–427. https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1577147

Lewis, S.C., & Westlund, O. (2015). Big data and journalism: Epistemology, expertise, economics, and ethics. *Digital journalism*, *3*(3), 447–466. https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976418

Lewis, S.C., & Zamith, R. (2017). On the worlds of journalism. In P.J. Boczkowski & C.W. Anderson (Eds.), *Remaking the news: Essays on the future of journalism scholarship in the digital age* (pp.111–128). The MIT Press. https://doi.org/10.7551/mitpress/10648.003.0012

Linden, C. G. (2017). Decades of automation in the newsroom: Why are there still so many jobs in journalism? *Digital journalism*, *5*(2), 123–140. https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1160791

Liu, B., & Wei, L. (2019). Machine authorship in situ: Effect of news organization and news genre on news credibility. *Digital Journalism*, 7(5), 635–657. https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1510740

Lowrey, W. (2014). News routines. In W. Donsbach (Ed.), *The international encyclopedia of communication*. https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecn028

Martin, S.R. (1988). Proximity of event as factor in selection of news sources. *Journalism Quarterly*, *65*(4), 986–989. https://doi.org/10.1177/107769908806500424

Montal, T., & Reich, Z. (2017). I, robot. You, journalist. Who is the author? Authorship, bylines and full disclosure in automated journalism. *Digital Journalism, 5*(7), 829–849. https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1209083

Moyo, D., Mare, A. & Matsilele, T. (2019). Analytics-driven journalism? Editorial metrics and the reconfiguration of online news production practices in African newsrooms. *Digital Journalism, 7*(4), 490–506. https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1533788

Parasie, S. (2015). Data-driven revelation? Epistemological tensions in investigative journalism in the age of "big data". *Digital Journalism*, *3*(3), 364–380. https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976408

Parks, P. (2019). Textbook news values: Stable concepts, changing choices. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *96*(3), 784–810. https://doi.org/10.1177/1077699018805212

Pavlik, J. V. (2000). The impact of technology on journalism. *Journalism Studies*, *1*(2), 229–237. https://doi.org/10.1080/14616700050028226

Perreault, G., & Stanfield, K. (2019). Mobile journalism as lifestyle journalism? Field theory in the integration of mobile in the newsroom and mobile journalist role conception. *Journalism Practice, 13*(3), 331–348. https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1424021

Petre, C. (2018). Engineering consent: How the design and marketing of newsroom analytics tools rationalize journalists' labor. *Digital Journalism, 6*(4), 509–527. https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1444998

Pöttker, H. (2003). News and its communicative quality: the inverted pyramid—when and why did it appear? *Journalism Studies*, *4*(4), 501–511. https://doi.org/10.1080/1461670032000136596

Quandt, T. (2008). (No) news on the world wide web? *Journalism Studies*, *9*(5), 717–738. https://doi.org/10.1080/14616700802207664

Riffe, D., Aust, C. F., & Lacy, S. R. (1993). The effectiveness of random, consecutive day and constructed week sampling in newspaper content analysis. *Journalism Quarterly*, *70*(1), 133–139. https://doi.org/10.1177/107769909307000115

Rogers, T. (2004). *Newswriting on deadline*. Pearson.

Stalph, F. (2018). Classifying data journalism: A content analysis of daily data-driven stories. *Journalism Practice, 12*(10), 1332–1350. https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1386583

Shoemaker, P. J., & Vos, T. (2009). *Gatekeeping theory*. Routledge.

Stewart, E. (2019, December 11). *How Mike Bloomberg made his billions: a computer system you've probably never seen*. Vox. https://www.vox.com/2020-presidential-election/2019/12/11/21005008/michael-bloomberg-terminal-net-worth-2020

Tandoc, E. (2014). Journalism is twerking? How web analytics is changing the process of gatekeeping. *New Media & Society*, *16*(4), 559–575. https://doi.org/10.1177/1461444814530541

Tandoc, E. (2018). Five ways BuzzFeed is preserving (or transforming) the journalistic field. *Journalism*, *19*(2), 200–216. https://doi.org/10.1177/1464884917691785

Tandoc, E. C. (2019). Journalism at the periphery. *Media and Communication*, *7*(4), 138–143. https://doi.org/10.17645/mac.v7i4.2626

Tandoc, E., & Jenkins J. (2016). Out of bounds? How Gawker's outing a married man fits into the boundaries of journalism. *New Media & Society, 20*(2), 581–598. https://doi.org/10.1177/1461444816665381

Tandoc, E., Lim, J.Y., & Wu, S. (2020). Man vs. machine? The impact of algorithm authorship on news credibility. *Digital Journalism, 8*(4), 548–562. https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1762102

Tandoc, E., & Oh, S.K. (2017). Small departures, big continuities? Norms, values, and routines in The Guardian's big data journalism. *Journalism Studies*, *18*(8), 997–1015. https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1104260

Tiffen, R., Jones, P. K., Rowe, D., Aalberg, T., Coen, S., Curran, J., Hayashi, K., Iyengar, S., Mazzoleni, G., Papathanassopoulos, S., Rojas, H., & Soroka, S. (2014). Sources in the news. A comparative study. *Journalism Studies*, *15*(4), 374–391. https://doi.org/10.1080/1461670X.2013.831239

Van Dalen, A. (2012). The algorithms behind the headlines: How algorithm-written news redefines the core skills of human journalists. *Journalism practice*, *6*(5-6), 648–658. https://doi.org/10.1080/17512786.2012.667268

Waddell, T. F. (2018). A robot wrote this? How perceived machine authorship affects news credibility. *Digital journalism*, *6*(2), 236–255. https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1384319

Wang, Q. (2018). Dimensional field theory: The adoption of audience metrics in the journalistic field and cross-field influences. *Digital Journalism,* 6(4), 472–491. https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1397526

Weaver, D. H., & Willnat, L. (2016). Changes in US journalism: How do journalists think about social media? *Journalism Practice*, *10*(7), 844–855. https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1171162

Wu, S., Tandoc Jr, E. C., & Salmon, C. T. (2018). Journalism reconfigured: Assessing human–machine relations and the autonomous power of automation in news production. *Journalism Studies*, *20*(10), 1440–1457. https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1521299

Wu, S., Tandoc Jr, E. C., & Salmon, C. T. (2019a). When journalism and automation intersect: Assessing the influence of the technological field on contemporary newsrooms. *Journalism Practice*, *13*(10), 1238–1254. https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1585198

Wu, S., Tandoc, E. C., & Salmon, C. T. (2019b). A field analysis of journalism in the automation age: Understanding journalistic transformations and struggles through structure and agency. *Digital Journalism*, *7*(4), 428–446. https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1620112

Wu, Y. (2020). Is automated journalistic writing less biased? An experimental test of auto-written and human-written news stories. *Journalism Practice*, *14*(8), 1008–1028. https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1682940

Zhang, S., & Feng, J. (2019). A step forward? Exploring the diffusion of data journalism as journalistic innovations in China. *Journalism Studies, 20*(9), 1281–1300. https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1513814

Biographical notes

Edson C. Tandoc Jr. is an Associate Professor at the Wee Kim Wee School of Communication and Information at Nanyang Technological University in Singapore. His research focuses on the sociology of message construction in the context of digital journalism. He has conducted studies on the construction of news and social media messages. His studies about influences on journalists have focused on the impact of journalistic roles, new technologies, and audience feedback on the various stages of the news gatekeeping process. For example, he has done some work on how journalists use web analytics in their news work and with what effects. This stream of research has led him to study journalism from the perspective of news consumers as well, investigating how readers make sense of critical incidents in journalism and take part in reconsidering journalistic norms; and how changing news consumption patterns facilitate the spread of fake news.

ORCID iD: 0000-0002-8740-9313

Scopus ID: 35751674400

Address: Wee Kim Wee School of Communication and Information, Nanyang Technological University, Room 02-39, 31 Nanyang Link, 637718, Singapore

Shangyuan Wu is a lecturer and media researcher at the Department of Communications and New Media, Media, Faculty of Arts and Social Sciences, National University of Singapore where she teaches media writing, journalism, communication management, and cultural studies. She graduated with a PhD in Communication from Simon Fraser University in Canada, where she also taught and researched media and communication for ten years before her return to Singapore. Her research areas of interest are centered on journalism in the digital age, with a focus on automated, data, immersive, and online journalism. Her research projects have involved investigations into the impact of social, political, economic and/or technological forces on the future of the journalism industry. She has published in peer-reviewed journals such as *Journalism Studies*, *Information*, *Communication and Society*, and *Digital Journalism*. She worked previously as a senior broadcast journalist and presenter at Mediacorp Radio, covering the areas of politics, defense and education.

ORCID iD: 0000-0003-3733-7988

Scopus ID: 57203895495

Address: Department of Communications and New Media, Faculty of Arts and Social Sciences, National University of Singapore, AS6, 11 Computing Drive, Singapore 117416, Singapore

Jessica Tan is a business journalism lecturer at Nanyang Technological University Singapore, where she also teaches online magazine and final year features projects. Lately, she has been exploring news media innovation in the classroom through the News Media Lab. Prior to NTU, she worked as a journalist, and her work has appeared in leading publications such as Dow Jones Newswires, *Forbes Asia* and *The Straits Times*. She also writes short stories, and her short story, Dragon Girl, was anthologized in *Twenty-two new Asian short stories* in 2016. She earned her post-graduate degree in journalism at the Medill School of Journalism, Northwestern University (2002), and holds a BA in History from the National University of Singapore (1999).

Address: Wee Kim Wee School of Communication and Information, Nanyang Technological University, 31 Nanyang Link, 637718, Singapore

Sofia Contreras-Yap is a PhD candidate at the Wee Kim Wee School of Communication and Information at Nanyang Technological University in Singapore. Her research focuses on the intersection of journalism, advertising, and social media and the impact of technological innovation on these fields. Current studies investigate native advertising, news in social media, and the state of journalism and advertising in Asia.

ORCID iD: 0000-0002-5733-6889

Address: Wee Kim Wee School of Communication and Information, Nanyang Technological University, 31 Nanyang Link, 637718, Singapore

How to cite

Tandoc Jr., E.C., Wu, S., Tan, J., & Contreras-Yap, S. (2022). What is (automated) news? A content analysis of algorithm-written news articles. *Revista Media & Jornalismo*, 22(41), PP. 103-120. DOI: https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_6

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

News content analyses in the 21st century: A structured literature review

Notícias e análises de conteúdo no século XXI: uma revisão de literatura estruturada

https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_7

Jonathan Hendrickx
Vrije Universiteit Brussel, imec-SMIT, Brussels, Belgium
jonathan.hendrickx@vub.be

Michael Pakvis
Vrije Universiteit Brussel, imec-SMIT, Brussels, Belgium
michael.pakvis@vub.be

Submitted: 2022/02/03 | Accepted: 2022/07/19
Submetido: 2022/02/03 | Aceite: 2022/07/19

Abstract

For decades, news content analysis has been a staple in journalism research. It facilitates discussions and insights on sections of various types of media content, ranging from newspaper articles to tweets. However, it is usually carried out *ad hoc* for specific studies or projects, by researchers from various countries using a plethora of approaches. Notably, there is a lack of scientific knowledge and systematic analysis on what constitutes news content analysis, and content originating from which platforms, continents and/or countries are assessed. To contribute to scholarly knowledge, we operationalise a structured literature review and therein assess 2,909 abstracts of English-language articles featuring news content analysis published between 2001 and 2020.

Keywords

literature review, content analysis, news media, journalism, media studies, journalism studies

Resumo

Ao longo de décadas, a análise de conteúdo das notícias tem sido um elemento fundamental na pesquisa em jornalismo. Facilita a discussão e a compreensão de vários tipos de conteúdo dos *media*, desde artigos de jornal a *tweets*. Contudo, é geralmente realizada *ad hoc* para estudos ou projetos específicos por investigadores de vários países, utilizando uma infinidade de abordagens. Em particular, verifica-se uma falta de conhecimento científico e de análise sistemática sobre o que constitui a análise do conteúdo das notícias, e que conteúdos originados em cada plataforma, continentes ou países são analisados. Para contribuir para o conhecimento académi-

co, operacionalizamos uma revisão estruturada da literatura e nela avaliamos 2909 resumos de artigos em língua inglesa, publicados entre 2001 e 2020, que utilizam análise de conteúdo das notícias.

Palavras-chave

revisão de literatura, análise de conteúdo, media noticiosos, jornalismo, estudo dos *media*, estudo do jornalismo

Introduction: News content analyses, news content and news

Content analysis is a commonly used research method, which has been defined as having to serve a purpose "for the objective, systematic and quantitative description of the manifest content of communication" (Berelson, 1952, p. 18). The emergence and dispersion of available platforms, most importantly online news, has blurred the previously clearly demarcated boundaries between what (does not) constitute news (content) (Steensen & Westlund, 2020). This renders classifying and qualifying what constitutes news content and increasingly arduous task for scholars, which has led to a diversification in platforms used in news content analyses. In order to contribute to scholarly knowledge and debate on the state of (news) content analysis as a commonly used research technique within and beyond communication sciences, this paper is centred around a structured meta-synthesis literature review (Meier, 2019; Rogers, 1985) by manually assessing the abstracts of 2,909 peer-reviewed articles featuring news content analysis as a research method, which were all published between 2001 and 2020. In our analysis, we followed a definition of news previously developed by one of the authors (Hendrickx et al, 2020), which considers news as "pieces of information created for an intended target audience with the prime objective of informing it as objectively as possible on current affairs in one specific field". We operationalise this definition by differentiating between content analyses which examined news content explicitly, as we excluded studies which assessed other types of media content (e.g., editorials, op-eds, social media posts and user comments).

Meta-analyses on content analyses have appeared in the past (Lovejoy et al., 2014, 2016; Riffe & Freitag, 1997), yet our analysis contributes to scholarship in several ways. First, unlike Riffe and Freitag it does not look solely at the publications from one American-centred flagship journal, but rather assesses all relevant articles as found on Scopus, a much more internationally oriented platform for academic research retrieval. Second, as their study is 25 years old at the time of writing, we provide a well-needed update of the current status of news content analysis in scholarship. Third, Lovejoy et al. (2014, 2016) solely focused on the absence or presence of reliability tests in content analyses. We extend the scope of research considerably by operationalising two distinct and relevant types of diversity (platform and location). Just as the number of platforms for news diffusion has increased drastically over the past twenty years, particularly with the rise of online news, we followed suit and considered this in our coding scheme and overall methodology. As previous studies were, as mentioned, particularly focused on American research,

we overtly take a global approach by classifying content analyses based on their geographical location in (sub)continents. This ties in with recent calls in scholarship to "de-westernise" or "de-colonise" social sciences (Iwabuchi, 2014; Postill, 2011; Ranji, 2021; Waisbord & Mellado, 2014) and helps to shine light on the decreasing dominance of American-based studies, particularly as the body of scholarship is becoming progressively more global yet exact figures to confirm this hypothesis were lacking thus far. As the first study of its kind to take this approach to assessing news content analyses specifically, we consider this as one of our key contributions to relevant scholarship.

A literature review on literature reviews of literature reviews

As previously established, content analysis has been a popular and influential research method for well over a century. This explains why it has also been the subject of several types of structured meta-analyses and literature reviews. In one of the first major studies of its kind, Berelson (1952) assessed a sample of articles published between 1935 and 1950. It included an overview of qualitative types of content analysis as well as a chapter on sampling, reliability, presentation, and modes of inference. He nonetheless explicitly focused on quantitative content analyses. By the 1970s, their increasing scholarly use within mass communication sciences had the attracted attention of peers (Perloff, 1976). In their review of 486 articles published between 1971 and 1995 in the journal *Journalism & Mass Media Quarterly*, Riffe and Freitag (1997) identified "a twenty-five-year trend of increased content analyses". 71% of all assessed articles focused on news or editorial content, with newspapers (47%) and television (24%) being the most popular mass media; 86% of the published studies analysed American media (pp. 517-518).

Later, Lovejoy et al. (2014) looked at 581 articles published in three flagship journals of major communication research associations between 1985 and 2010, and examined "whether a reliability test was conducted but also whether a reliability coefficient correcting for chance was used" (p. 208). They found that 24% of their body of articles did not include any information about reliability; a similar conclusion was reached previously by Lombard et al. (2002, p. 587), who stated that "mass communication researchers often fail to assess (or at least report) intercoder reliability". In a follow-up study whose research scope was extended to 2014, Lovejoy et al. (2016) found that Krippendorff's Alpha and Cohen's Kappa were the most often used coefficients, with the use of Pi declining steadily throughout the last assessed decade.

The strong tradition of mass communications research in the United States led, practically by default, to a noted dominance of American-based studies. Only in recent decades have similar studies enjoyed increasing popularity and use, mostly among researchers in (Western) Europe, Australia, and New Zealand. In a rare European-centred meta-analysis of media content analyses, Machill et al. (2006) found that European Union-related topics accounted for "an extremely small proportion of reporting in the particular national media" in German, English and French news media (p. 78).

Based on the literature review, we have established several main gaps in scholarly knowledge on news content analyses. First, there is a shortage of studies which look at papers published in the 2010s, a decade in which technological innovation swept news production and platform dissemination possibilities, as well as computerised research methods dramatically. By limiting our time frame to articles published in the first two decades of the 21st century (2001-2010 and 2011-2020), we wish to fill this research gap. Second, we want to gauge changes in terms of the platforms chosen for news content assessment. Historically, newspapers have been the logical primary source of news content analyses. But, with their circulation figures and impact falling drastically in recent years, we seek to find out whether this has also led to more diversity in studied platforms. Third, we want to pinpoint continents and countries which are the topic of news content analyses of the 21st century. Thereby, we are interested in finding out whether the U.S. dominance remains or appears to be wavering or not, and what other countries or continents are increasingly becoming study objects.

Methodology

Research questions and operationalisation

This study conducts a structured literature review of 2,909 paper abstracts, and aims to answer the following two research questions:

- ***RQ1:*** From which platforms has news content been assessed most frequently in news content analyses published between 2001 and 2020?
- ***RQ2:*** Which continents and countries are most represented in news content analyses published between 2001 and 2020?

With our research questions, we distinguish and operationalise two types of diversity which are relevant for our structured literature review, findings, and contributions to the state-of-the-art:

Platform diversity, or the content platform which was analysed by fellow peers (Chan et al., 2021; Diehl et al., 2019), was defined by measuring which platforms were mentioned in studies. We differentiate between print newspapers, radio broadcasts, TV broadcasts and online news, as well as mixtures of two or more different platforms. Nearly all abstracts mentioned this explicitly. We coded numbers on content units and outlets for respectively 769 and 1,026 of the assessed abstracts, or 26.4% and 35.3% of the total n of 2,909 abstracts.

Location diversity, or the country or continent from which the assessed content emerged (Cicek et al., 2014; Xue et al., 2009), was coded through logging mentions of country names in abstracts. In several cases, no explicit country name was stated but nevertheless easily deducible. For instance, a couple of abstracts referred to "the 2004 Presidential election", which undoubtedly refers to the United States. This way, we were easily able to retrieve the country of origin of all but just 50 abstracts.

Despite 'only' having analysed 2,859 abstracts, we nonetheless found 4,190 instances of studied countries. This is due to several studies comparing news content published across countries. These instances were all counted as separate entities in our location diversity analysis. To give just two examples here, Tiffen et al. (2014) carried out a comparative news content analysis in 11 different countries, Schuck et al. (2016) in 2021. Next, we grouped all countries into continents, as established by the United Nations' Statistics division (United Nations – Statistics Division, n.d.), and used its most recent *World population prospects* report to contrast the dispersion of nations in our assessed abstracts with their respective numbers of inhabitants (United Nations – Population Division, 2019). This novel approach allows us to effortlessly denote countries and areas which are under- or overrepresented in relevant scholarship.

A structured literature review using Scopus

We wish to answer the research questions by carrying out a mixed methods structured meta-analysis. Thereby, we follow Rogers (1985) and Meier (2019), who proposed a five-step approach for successfully and accurately executing this type of analysis. The processes behind steps one to three are outlined above and in the remainder of this Methodology section, with the latter two steps of the research design subsequently playing a leading role in the next parts of this paper.

1. Formulating the research questions and the envisaged methodology.
2. Selecting the right and relevant literature.
3. Gathering relevant information from the selected primary studies.
4. Analysing and integrating the various dimensions, results or outcomes of the selected studies.
5. Critically interpreting the results and summarising the cumulative research evidence regarding its overall strengths, weaknesses, and limitations (Meier, 2019; Rogers, 1985; previously also applied in Hendrickx et al, 2020).

For our analysis, we considered articles published in the vast Scopus database, as has been the case for several other recently appeared structured literature reviews from a host of different fields (e.g. Bhimani et al., 2019; Secundo et al., 2020) as it allows "for a broader search covering a wide range of disciplines with indexed content from more than 20,000 journals" (Bhimani et al., 2019, p. 253). We crafted a search string (see Figure 1) which allowed us to search for the terms "content analysis" as well as "news", to better fit with the unique nature of articles we sought. An initial search yielded 7,036 results. After limiting the scope to articles published in the first twenty years of the 21st century, 6,041 document results remained. Next, we also excluded studies from fields outside social sciences and studies published in languages other than English. This resulted in 3,518 remaining publications, which were all considered for the second manual level of analysis[1].

[1] A reference list of all 3,518 publications is available from the corresponding author upon reasonable request.

Figure 1 – Search string used in Scopus

TITLE-ABS-KEY ("content analysis" AND news*) AND (LIMIT-TO (PUBYEAR , 2020) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2019) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2018) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2017) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2016) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2015) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2014) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2013) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2012) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2011) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2010) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2009) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2008) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2007) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2006) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2005) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2004) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2003) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2002) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2001)) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA , "SOCI")) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE , "ar")) AND (LIMIT-TO (LANGUAGE , "English")) AND (LIMIT-TO (PUBSTAGE , "final"))

In the second phase of our process, we manually assessed and coded all 3,518 paper abstracts. We developed an extensive code book in a shared and protected Google Sheets document. Article abstracts were coded for an explicit mentioning of used research methods, the number of research units and outlets, the media outlet(s) used (e.g., print, radio, TV, online or a mixture of two or more types of platforms) and the country or countries the content analysis applied to (meaning that a study of American researchers studying Chinese news content would be classified as being applied to China). This way, the coding results were categorised into three main groups, which will be discussed separately in further parts of this paper and correspond to the three research questions: the presence or absence of methodological, platform and location diversity. This clustering approach was based on the papers' abstracts, which is a commonly used research method in analysing scholarly content for longitudinal studies from an array of academic disciplines (e.g. Gaur & Kumar, 2018; Rotgans, 2012).

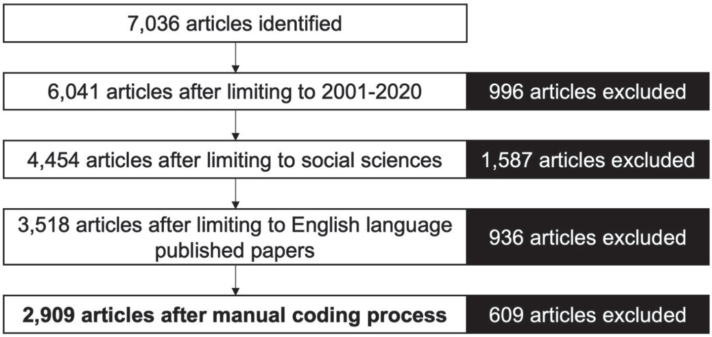
Finalising the data set

The coding process was undertaken in various steps. After a dry run in which all articles published between 2001 and 2005 (n = 242) were independently coded by both authors, the second author carried out the rest of the coding. The first author, who has prior experience with carrying out structured literature review, and two trained students also coded three randomised samples of articles independently. Differences in findings were settled during meetings, where consensuses were reached easily due to the straightforwardness of the coding variables. All variables were nonetheless tested on intercoder reliability using Cohen's Kappa and can be interpreted as "substantial", "almost perfect" or (nearly) "excellent" regarding agreement, with κ scores ranging between 0.68 and 0.93 (Gisev et al., 2013; Landis & Koch, 1977).

At the end of this second phase, an additional 609 articles were excluded from further analysis. Following the definition of news content in the introduction section of this paper, we removed articles whose abstracts mentioned the study of such as-

pects as blogs (n = 22), editorials (n = 30), images (n = 42), advertisements (n = 49), social media posts (n = 67) or comments or letters (n = 74). Discounting the 609 excluded ones, the findings of our study are applicable to exactly 2,909 articles, unless stated otherwise (see Figure 2).

Figure 2 – Flow diagram of article selection process



In a next stage, we divided all articles into the two decades of our analysis time frame. One of the major trends over time identified throughout the entirety of the dataset was the increase of abstracts on news content as the years progressed. Especially significant was the increase at the start of the second decade of the dataset, prompting its division per decade to better identify and pinpoint relevant changes, as will be returned to in subsequent versions of the manuscript. This approach was previously applied in a similar structured literature review (Hendrickx et al, 2020). Like the study at hand, it revealed that there were far more articles published in the second rather than in the first decade of the 21st century. In this analysis, 2,302 articles or 79% of the total n of 2,909 articles were published between 2011 and 2020, with just 607 or 21% having appeared between 2001 and 2010. We find a steady rise of published articles for nearly twenty consecutive years. This highlights the increased popularity of news content analysis as a research method which produces increasingly relevant contributions to scholarship, as we only assess peer-reviewed articles. Table 1 below shows the number of articles as found on Scopus, as excluded and as used for our analysis per year.

Table 1 – Number of articles used for analysis, per year

	n (Found on Scopus)	**n (Excluded manually)**	**n (Used for analysis)**
2020	388	73	315
2019	356	57	299
2018	357	85	272
2017	326	46	280
2016	300	48	252

2015	256	43	213
2014	226	31	195
2013	221	30	191
2012	174	30	144
2011	165	24	141
2010	138	18	120
2009	95	10	85
2008	98	15	83
2007	98	26	72
2006	71	15	56
2005	60	16	44
2004	41	6	35
2003	51	12	39
2002	47	12	35
2001	50	12	38
Total numbers	3,518	609	2,909

Platform diversity

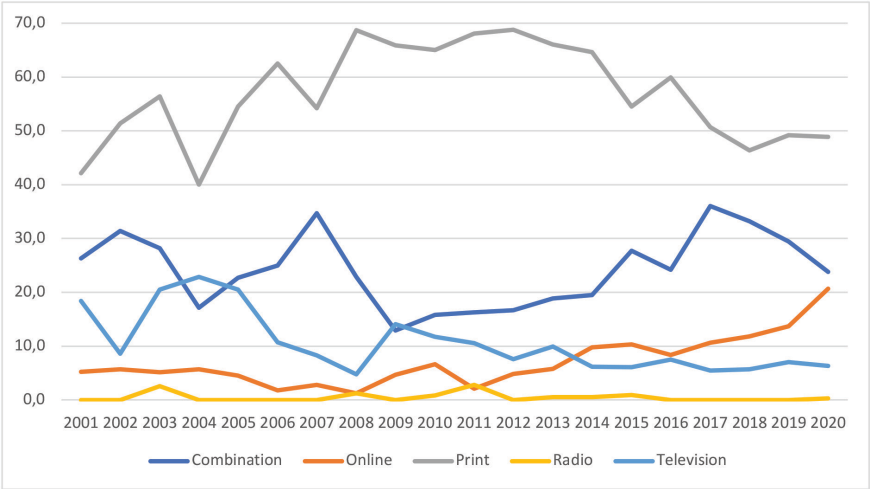
When discussing platform diversity, we distinguished five distinct variables in our coding process: print newspapers, online news, radio news, TV news and a combination of two or more platforms. We were able to establish this for all 2,909 articles based on explicit mentions in the abstracts. We restricted our analysis to news content analyses carried out on platforms owned by recognised media brands and companies, including online-only news outlets. News via social media was excluded as we were unable to pinpoint from abstracts whether it was news produced for social media only (Hendrickx, 2021) or dealt with regular online news shared via social media platforms (Haim et al., 2021).

Table 2 – Platform diversity in news content analyses of the 21st century (n = 2,909)

	2001-2010	2011-2020	2001-2020
Print	59.8%	55.9%	56.6%
Online	4.3%	10.9%	9.6%
Radio	0.5%	0.4%	0.4%
TV	12.7%	7.0%	8.2%
Combination	22.6%	25.9%	25.2%

Our findings, presented in Table 2 and applicable for 2001 to 2020, confirm the persistent dominance of print newspaper articles as assessed content units in news content analyses, in line with Riffe and Freitag's (1997) results for 1971 to 1995. Television news broadcasts were surpassed by online news content only in the second decade of our time span. There is a notable lack of radio-based studies, and increased attention devoted to news originating from various platforms. Even when further narrowing our findings to recent studies from 2016 to 2020, the final five years of our analysis period, print articles still constitute 50.8% of content units. Within that more specific time frame, both online news articles (13.4%) and a combination of platforms (29.3%) gained additional scholarly popularity, at the continued expense of television news (6.4%) and with radio broadcasts effectively ignored (0.1%). A further significant trend visible in the last segment of our analysis is an inverted trend concerning analyses on combination of platforms and online platforms. Although causality is not seen as the cause of this inversion, it shows the significant rise in interest of online platforms as news sites, as expressed by the *Reuters digital news report* (Newman et al., 2021).

Figure 3 – Platform diversity in news content analyses (%)



The selection of platforms for the research of content units by researchers appears to have become increasingly out of touch with the preferred platforms via which media users consume news, as well as the platforms to which media companies devote staff and funds. In recent years, the decline in print circulation figures and the dispersion of TV, radio and digital channels or platforms for news consumption have signalled a rise in online news consumption. This is supported by the *2021 Digital news report*, which studied news consumption patterns among over 92,000 people in 46 countries worldwide and found that online platforms (including social media) were reported as the main sources of news in 43 of them (Newman et al., 2021).

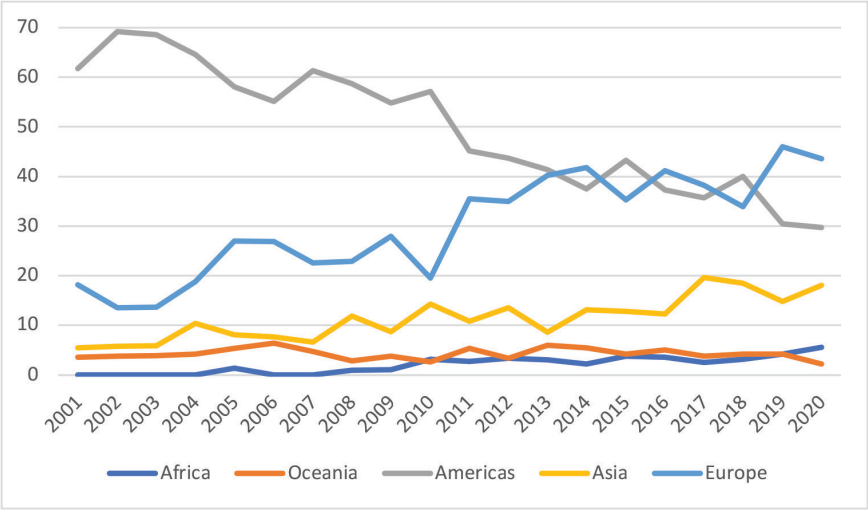
Of course, we do not mitigate the contribution of print newspaper-based content analyses. In many markets, they remain influential media outlets worth studying. However, scholarship has argued that the main reason why content analysis remains

fixed on print media is its inherent logic being embedded in the affordances of analogue media, and written texts in particular (Karlsson & Sjøvaag, 2016; Krippendorff, 2004). The former authors claim that content is still generally assumed to arrive in easily dissectible content bundles at the researcher's convenience. Historically, this has typically been the case for print newspapers (Steensen & Westlund, 2020), even though the use of scraping software and techniques is increasingly used as well for the study of online media (e.g. Lewis et al., 2013; Vogler et al., 2020). We acknowledge the important heritage of newspaper content analyses (Sumpter, 2001) and their continued relevance to scholarship, but simultaneously welcome additional content analyses which address other platforms as well, in order to stay abreast with changes in platform popularity and actual (news) consumption patterns.

Location diversity

We found results applicable to 104 different countries worldwide. It is noteworthy that, country-wise, published news content analyses became much more diverse throughout time. Figure 3 below shows the evolution per year based on continents. We calculated this through our manual coding processes of the countries to which news content analysis results were applicable. The countries were grouped into (sub)continents following the classification of the Statistics Division of the United Nations as a more neutral means of dividing countries and laying bare tendencies for continents and to avoid discussions about disputed territories (United Nations – Statistics Division, n.d.). As shown below, the Americas (predominantly the United States) saw a huge drop in representation throughout the past two decades and has been surpassed by European countries. Whereas Oceania remained mostly stable, it is noteworthy that African and particularly Asian-based news content analyses steadily increased over time.

Figure 4 – Representation of continents in news content analyses (%)



Here too, we divided up our findings per decade to better pinpoint changes over time, and again as we found that structured analyses of the 2010s are lacking in scholarship. Between 2001 and 2010, we found studies assessing news content in just 50 countries, whereas this had increased to 102 in the 2011-2020 range. African, Asian, and European countries were assessed considerably more frequently in the latter decade of our analysis, which signals positive signs regarding location diversity and the advancement and professionalisation of social sciences in the respective continents. Notwithstanding this, and even though it is faltering, we still denote an overt Western bias, particularly geared towards the United States. In the first ten years of our study, the U.S. alone accounted for 53.6% of all instances of countries assessed in news content analyses. This decreased to 30.3% in the following decade; a sharp fall, but still significantly ahead of the second most 'popular' country, with a 6.3% 'share' between 2011 and 2020: the United Kingdom. In the overall ranking of countries assessed in the 21st century thus far, the top five is completed by the Netherlands (5.2%), Germany (4.4%) and Canada (3.9%). Table 3 below shows the (sub)continents and their respective countries which we retrieved at least once from our structured literature analysis.

Table 3 – Numbers on location diversity per (sub)continent (n = 4,190) assessed in news content analyses of the 21st century

	2001-2010	**2011-2020**	**2001-2020**
Africa	**1.0%**	**3.7%**	**3.1%**
Northern Africa (Egypt, Morocco, Sudan)	0.1%	0.1%	0.2%
Sub-Saharan Africa (Botswana, Cape Verde, Ethiopia, Ghana, Kenya, Mauritius, Namibia, Nigeria, South Africa, Tanzania, Uganda, Zambia)	0.8%	3.4%	2.9%
Americas	**59.4%**	**37.1%**	**41.8%**
Latin America and the Caribbean (Argentina, Brazil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, Jamaica, Mexico, Peru, Puerto Rico, Trinidad and Tobago, Venezuela)	0.6%	3.2%	2.7%
Northern America (Canada, United States)	58.7%	33.9%	39.1%
Asia	**9.3%**	**14.9%**	**13.8%**
Central Asia (Kazakhstan, Kyrgyzstan, Uzbekistan)	0.0%	0.2%	0.2%
Eastern Asia (China, Hong Kong, Japan, Macao, South Korea, Taiwan)	4.1%	5.5%	5.2%
South-Eastern Asia (Cambodia, Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore, Thailand)	1.0%	1.8%	1.6%
Southern Asia (Bangladesh, India, Iran, Maldives, Pakistan)	1.6%	3.4%	3.1%
Western Asia (Cyprus, Georgia, Iraq, Israel, Jordan, Kuwait, Lebanon, Oman, Palestine, Qatar, Saudi Arabia, Turkey, United Arab Emirates, Yemen)	2.7%	4.0%	3.7%
Europe	**22.2%**	**39.6%**	**35.9%**
Eastern Europe (Bulgaria, Czech Republic, Hungary, Poland, Romania, Russia, Slovakia, Ukraine)	0.5%	2.2%	1.8%

Northern Europe (Denmark, Estonia, Finland, Iceland, Ireland, Latvia, Lithuania, Norway, Sweden, United Kingdom)	11.1%	12.7%	12.3%
Southern Europe (Albania, Croatia, Greece, Italy, Malta, Montenegro, Portugal, Serbia, Slovenia, Spain)	1.6%	7.6%	6.4%
Western Europe (Austria, Belgium, France, Germany, Luxembourg, Netherlands, Switzerland)	9.0%	17.1%	15.4%
Oceania[2]	**4.0%**	**4.2%**	**4.2%**
Australia and New Zealand (Australia, New Zealand)	3.9%	4.1%	4.1%
Melanesia (Fiji, Papua New Guinea)	0.1%	0.1%	0.1%

The results in Table 3 facilitate hypotheses and speculations about news content analyses, the nations in which they were executed and the apparent yet alleged uneven balance for certain countries and regions. To offer more tangible evidence of this, we compared our ranking of 2001-2020 content analyses with an additional ranking, based on estimates of the world's population within the same time frame, courtesy of the Population Division of the United Nations.

Table 4 – Location diversity in our analysis and through estimates of the world's population; right column: United Nations – Population Division (2019)

	News content analyses (our analysis)	**Population estimates (United Nations)**
Africa	**3.1%**	**15.2%**
Northern Africa	0.2%	3.0%
Sub-Saharan Africa	2.9%	12.3%
Americas	**41.8%**	**13.4%**
Latin America and the Caribbean	2.7%	8.5%
Northern America	39.1%	4.9%
Asia	**13.8%**	**60.4%**
Central Asia	0.2%	0.9%
Eastern Asia	5.2%	23.0%
South-Eastern Asia	1.6%	8.6%
Southern Asia	3.1%	24.6%
Western Asia	3.7%	3.3%
Europe	**35.9%**	**10.5%**
Eastern Europe	1.8%	4.2%
Northern Europe	12.3%	1.4%

[2] The United Nations also distinguishes Micronesia and Polynesia as "Sub-region Names", but their respective countries were not represented in our dataset of assessed news content analyses.

Southern Europe	6.4%	2.2%
Western Europe	15.4%	2.7%
Oceania	**4.2%**	**0.5%**
Australia and New Zealand	4.1%	0.4%
Melanesia	0.1%	0.1%

The compared figures and calculated shares in Table 4 confirm the over- and underrepresentation of continents and subregions. Unsurprisingly at this point, the Americas, Europe and Oceania belong to the former group, Africa and Asia to the latter. While there is obviously a disconnect between the representation of countries in terms of population and research on their respective news content, we do not wish to exacerbate these differences as they are largely understandable. Firstly, because we only considered English-language publications. Secondly, and most importantly, because of the presence (or absence) of a democratic political system, which allows both the press and academia to operate freely, as a mandatory prerequisite for both spheres. This is far from a given in multiple nations worldwide, notably in underrepresented regions in our sample, and helps to contextualise the sheer differences presented.

Finally, there is of course also the power of (scholarly) traditions to consider. As mentioned before in this paper, news content analyses originated in the United States (Sumpter, 2001) and between 1971 and 1995, 86% of published studies in *Journalism & Mass Media Quarterly* analysed American media (Riffe & Freitag, 1997). We find that this share has decreased to 30.3% between 2011 and 2020, following an analysis of 2,302 papers published in that decade. As opposed to lamenting the perceived lack of fair representation of countries and continents in news content analyses, we welcome the increased plurality in assessed nations. We fully expect this trend to continue to manifest in the coming years due to a wider internationalisation of both media markets and scholarly collaborations across both disciplines and countries. However, in the near future monitoring the freedom of movement for journalists and scholars will too remain a vital mechanism to ensure additional location diversity in content analyses and other relevant types of study.

Discussion

Our analysis of 2,909 paper abstracts reveals and confirms several key contemporary trends at play both within and beyond the realms of academic research. We establish and outline three distinct trends in this section, along with links to our findings and ramifications for future research: media landscapes' heightened consolidation (1) and transnationalisation (2), as well as the increasing convergence and digitalisation (3) of news and wider media production and consumption.

Media consolidation. In recent years, media markets around the world have become increasingly concentrated in terms of ownership (Brogi et al., 2020; Noam, 2016). In a number of countries, this is having negative consequences for the diversity and plurality of news content (Badr, 2021; Hendrickx & Ranaivoson, 2019; Vogler

et al., 2020). More importantly for this paper, changes in media ownership can directly affect news content analyses and their research designs across the two types of diversity we distinguished for our structured literature review. In the United States alone, which accounted for 30.3% of all assessed news content analyses in the second decade of our analysis, the number of daily newspapers dropped from 1,748 to 1,279 between 1970 and 2018; 262 of those 1,279 are owned by the merged company GateHouse/Gannett (Watson, 2020). We expect media consolidation to further increase in the coming years, and as this is increasingly leading to fewer newspapers in markets, it is logical that the dominance of newspapers in news content analyses will continue to drop in years to come.

Media transnationalisation. The notion of transnationalism is another issue worth addressing to contextualise our findings. It can be linked to media consolidation due to the increasingly international character of media companies. Notably in European countries, corporations such as Axel Springer and Schibsted own news media in various countries. Transnationalism is also an important factor in synergies regarding television production, and as is the case with media concentration, regulation across various levels plays a key role (Fernández-Quijada, 2013). Transnationalisation has also been linked to the public debate and the public sphere, where social media platforms play an important part (Dahlberg-Grundberg et al., 2016; Koopmans & Pfetsch, 2006). From a news perspective, the term has been applied in studying national political identities in reporting (Berglez & Olausson, 2011).

Coupled with this is the so-called de-westernising of scholarship, which has been labelled as a "necessity" and "long overdue" (Iwabuchi, 2014; Postill, 2011). It was previously defined as "a call for embracing an analytical perspective that reflects a de-centred, dynamic contemporary world" (Waisbord & Mellado, 2014, p. 363) and focuses on colonialism and world inequality between continents (Glück, 2015). As noted by Ranji (2021), media studies tend to be marked by binary terminology of 'the West' versus 'the non-West' and by a superiority of Anglo-American research. In our study, we deliberately differentiated between the various continents and nations of the world as classified by the United Nations, as to overcome the critique of binarity. Notwithstanding this, our findings confirm the endured dominance of Anglo-American and wider Western-based studies in the field of news content analyses. However, the de-westernising process is slowly but surely becoming apparent here as well, particularly when juxtaposing the two assessed decades separately, which we did for two distinct reasons. First as we noted in the literature review that scientific knowledge about content analyses in the 2010s specifically was lacking, second as we found that the number of peer-reviewed papers featuring news content analysis steadily rose in the 21st century's second decade. Here too, we expect this to be just the beginning of a wider trend of more international collaborations on a more diverse array of nations and continents.

Media convergence and digitisation. Ultimately, are two other aspects which can be linked to our findings. The rise of online platforms for the production and dissemination of media content has fostered new ways in which both qualitative and quantitative content analysis has potential to be applied not just for news analyses, but also for other types of content – e.g. hate speech (Lingiardi et al., 2020) and user comments under news shared on social media (Bolsover, 2017). These trends can

be attributed to all three types of diversity assessed in our structural literature review. For methodological diversity, the increased popularity of mixed methods or triangulated research design are clearly marked by technological and digital innovations, as well as by the widespread availability of digital platforms, big data and automated scraping and coding possibilities (Boumans & Trilling, 2016; Günther & Quandt, 2016). Regarding platform diversity, the increased academic interest for online news content in content analyses is an obvious consequence of digitisation. Finally, digitisation facilitates online collaborations between researchers from around the world. As outlined in the previous paragraph, this contributes to the transnationalism and de-westernising of assessed news content. Once again, we are confident that this trend too will continue to become more popular and outspoken in the years to come, as our results have clearly indicated that content analysis has become more diverse in terms of countries' content assessed.

Conclusion

In this paper, we used a structured literature review to systematically assess news content analyses which were carried out and published in peer-reviewed journals between 2001 and 2020. Following a rigorous coding process, we analysed 2,909 papers based on their abstracts. They were coded for two distinct types of diversity: platform diversity, or the platform from which news content was studied, and location diversity, or the diversity in countries and continents from which the studied news content originated. The key findings grouped per type of diversity and research question are the following: (1) Newspapers remain by far the most researched outlet for news content analyses, despite worldwide drops in circulation and consumption figures, with online news content and combinations of platforms gradually gaining relevance. (2) Even though it is diminishing, there is still an overt preference for studies assessing news content from most importantly the United States, followed by Western and Northern Europe. African and Asian-based studies are becoming increasingly common, though there is still an obvious and, to some extent, understandable disconnect between continent's population estimates and their representation in news content analyses.

Similarly, between 2001 and 2020, we pinpoint a visible spike in news content analysis in general, which proves its enduring strength as a viable research method "to study how the distribution of news sources, gatekeeping, agenda-setting and agenda building, framing, and priming explain the functions of news in the context of daily politics, elections, and civic engagement in democratic societies" (Neuendorf & Kumar, 2016, p. 5). Content analysis remains a widely used research method within social sciences, and increasingly so according to our results. The array of (digital) media platforms and the availability of big data continues to present both challenges and opportunities for better integrating content analysis with other research methods (Boumans & Trilling, 2016; Karlsson & Sjøvaag, 2016; Neuendorf & Kumar, 2016). Scholarship appears to agree that a juxtaposition of automatized and manual coding processes is the best way forward (Boumans & Trilling, 2016; Günther & Quandt, 2016; Loecherbach et al., 2020). Hence, carrying out news content analyses and studying

them involves an active duty to monitor democratic progress and development in nations around the world, as these fuel the availability of a free press and academia (Hendrickx et al., 2020; Sjøvaag, 2019).

Newspapers and studies assessing U.S.-based media remain vital in content analysis due to their important heritage (Riffe & Freitag, 1997; Sumpter, 2001). Even though there is still an overt imbalance between Western and non-Western-based content analyses, we welcome the increased diversity at the levels of methodologies, platforms and locations, the three distinct types we operationalised in this paper. We expect it to further develop in the coming years as cross-country collaborations and exchanges, a further diversification of study methods and interdisciplinary co-operations continue to gain momentum (Loecherbach et al., 2020).

This study was limited to the analysis of paper abstracts, which is admittedly a shortcoming of the research design. As a result, we did not assess or are able to make statements about conceptual and theoretical progress regarding news content analyses. With the study at hand, we specifically wanted to contribute to scholarship by looking at content platforms and countries and continents of origin and thereby had to limit and frame our research scope accordingly.

References

Badr, Z. (2021). More or more of the same: Ownership concentration and media diversity in Egypt. *The International Journal of Press/Politics, 26*(4), 774-796. https://doi.org/10.1177/19401612211025164

Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research* (p. 220). Free Press.

Berglez, P., & Olausson, U. (2011). Intentional and unintentional transnationalism: Two political identities repressed by national identity in the news media. *National Identities*, *13*(1), 35–49. https://doi.org/10.1080/14608944.2011.552490

Bhimani, H., Mention, A.-L., & Barlatier, P.-J. (2019). Social media and innovation: A systematic literature review and future research directions. *Technological Forecasting and Social Change*, *144*, 251–269. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.10.007

Bolsover, G. (2017). Harmonious communitarianism or a rational public sphere: A content analysis of the differences between comments on news stories on Weibo and Facebook. *Asian Journal of Communication*, *27*(2), 115–133. https://doi.org/10.1080/01292986.2016.1214743

Boumans, J. W., & Trilling, D. (2016). Taking stock of the toolkit. *Digital Journalism*, *4*(1), 8–23. https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1096598

Brogi, E., Carlini, R., Nenadic, I., Parcu, P. L., & Viola de Azevedo Cunha, M. (2020). *Monitoring media pluralism in the digital era: Application of the media pluralism monitor in the European Union, Albania and Turkey in the years 2018-2019: Report 2020.* European University Institute. https://data.europa.eu/doi/10.2870/21728

Chan, M., Lee, F. L. F., & Chen, H.-T. (2021). Examining the roles of multi-platform social media news use, engagement, and connections with news organizations and journalists on news literacy: A comparison of seven democracies. *Digital Journalism*, *9*(5), 571–588. https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1890168

Cicek, A. E., Nergiz, M. E., & Saygin, Y. (2014). Ensuring location diversity in privacy-preserving spatio-temporal data publishing. *The VLDB Journal*, *23*(4), 609–625. https://doi.org/10.1007/s00778-013-0342-x

Dahlberg-Grundberg, M., Lundström, R., & Lindgren, S. (2016). Social media and the transnationalization of mass activism: Twitter and the labour movement. *First Monday, 21*(8). https://doi.org/10.5210/fm.v21i8.6729

Diehl, T., Barnidge, M., & Gil de Zúñiga, H. (2019). Multi-platform news use and political participation across age groups: Toward a valid metric of platform diversity and its effects. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *96*(2), 428–451. https://doi.org/10.1177/1077699018783960

Fernández-Quijada, D. (2013). Transnationalism and media groups in independent television production in the UK and Spain. *Global Media and Communication*, *9*(2), 101–118. https://doi.org/10.1177/1742766513478139

Gaur, A., & Kumar, M. (2018). A systematic approach to conducting review studies: An assessment of content analysis in 25 years of IB research. *Journal of World Business*, *53*(2), 280–289. https://doi.org/10.1016/j.jwb.2017.11.003

Gisev, N., Bell, J. S., & Chen, T. F. (2013). Interrater agreement and interrater reliability: Key concepts, approaches, and applications. *Research in Social and Administrative Pharmacy*, *9*(3), 330–338. https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2012.04.004

Glück, A. (2015). *De-westernisation. Key concept paper.* MeCoDEM. https://eprints.whiterose.ac.uk/117297/1/Glueck%202016_De-Westernisation.pdf

Günther, E., & Quandt, T. (2016). Word counts and topic models. *Digital Journalism*, *4*(1), 75–88. https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1093270

Haim, M., Karlsson, M., Ferrer-Conill, R., Kammer, A., Elgesem, D., & Sjøvaag, H. (2021). You should read this study! It investigates Scandinavian social media logics. *Digital Journalism*, *9*(4), 406–426. https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1886861

Hendrickx, J. (2021). The rise of social journalism: An explorative case study of a youth-oriented Instagram news account. *Journalism Practice*, 1–16. https://doi.org/10.1080/17512786.2021.2012500

Hendrickx, J., Ballon, P., & Ranaivoson, H. (2020). Dissecting news diversity: An integrated conceptual framework. *Journalism 23*(8), 1751–1769. https://doi.org/10.1177/1464884920966881

Hendrickx, J., & Ranaivoson, H. (2019). Why and how higher media concentration equals lower news diversity – The Mediahuis case. *Journalism*, 22(11), 2800-2815. https://doi.org/10.1177/1464884919894138

Iwabuchi, K. (2014). De-westernisation, inter-Asian referencing and beyond. *European Journal of Cultural Studies*, *17*(1), 44–57. https://doi.org/10.1177/1367549413501483

Karlsson, M., & Sjøvaag, H. (2016). Content analysis and online news. *Digital Journalism*, *4*(1), 177–192. https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1096619

Koopmans, R., & Pfetsch, B. (2006). *Obstacles or motors of europeanization? German media and the transnationalization of public debate*. *31*(2), 115–138. https://doi.org/10.1515/COMMUN.2006.009

Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology* (2nd ed). Sage.

Landis, J. R., & Koch, G. G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, *33*(1), 159–174. https://doi.org/10.2307/2529310

Lewis, S. C., Zamith, R., & Hermida, A. (2013). Content analysis in an era of big data: A hybrid approach to computational and manual methods. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *57*(1), 34–52. https://doi.org/10.1080/08838151.2012.761702

Lingiardi, V., Carone, N., Semeraro, G., Musto, C., D'Amico, M., & Brena, S. (2020). Mapping Twitter hate speech towards social and sexual minorities: A lexicon-based approach to semantic

content analysis. *Behaviour & Information Technology*, *39*(7), 711–721. https://doi.org/10.1080/0144929X.2019.1607903

Loecherbach, F., Moeller, J., Trilling, D., & van Atteveldt, W. (2020). The unified framework of media diversity: A systematic literature review. *Digital Journalism*, *8*(5), 605–642. https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1764374

Lombard, M., Snyder-Duch, J., & Bracken, C. C. (2002). Content analysis in mass communication: Assessment and reporting of intercoder reliability. *Human Communication Research*, *28*(4), 587–604. https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2002.tb00826.x

Lovejoy, J., Watson, B. R., Lacy, S., & Riffe, D. (2014). Assessing the reporting of reliability in published content analyses: 1985–2010. *Communication Methods and Measures*, *8*(3), 207–221. https://doi.org/10.1080/19312458.2014.937528

Lovejoy, J., Watson, B. R., Lacy, S., & Riffe, D. (2016). Three decades of reliability in communication content analyses: Reporting of reliability statistics and coefficient levels in three top journals. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *93*(4), 1135–1159. https://doi.org/10.1177/1077699016644558

Machill, M., Beiler, M., & Fischer, C. (2006). Europe-topics in Europe's media: The debate about the European public sphere: A meta-analysis of media content analyses. *European Journal of Communication*, *21*(1), 57–88. https://doi.org/10.1177/0267323106060989

Meier, W. A. (2019). Meta-analysis. In H. Van den Bulck, M. Puppis, K. Donders, & L. Van Audenhove (Eds.), *The Palgrave handbook of methods for media policy research* (pp. 103–119). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-16065-4_6

Neuendorf, K. A., & Kumar, A. (2016). Content analysis. In G. Mazzoleni (Ed.), *The international encyclopedia of political communication* (pp. 1–10). Wiley-Blackwell. https://doi.org/10.1002/9781118541555.wbiepc065

Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andı, S., Robertson, C. T., & Kleis Nielsen, R. (2021). *Reuters institute digital news report 2021*. University of Oxford. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf

Noam, E. M. (Ed.). (2016). *Who owns the world's media? Media concentration and ownership around the world*. Oxford University Press.

Perloff, R. M. (1976). Journalism research: A 20-year perspective. *Journalism Quarterly*, *53*(1), 123–126. https://doi.org/10.1177/107769907605300121

Postill, J. (2011). The anthropology of news and journalism: Global perspectives - Edited by S. Elizabeth Bird: Reviews. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, *17*(4), 898–899. https://doi.org/10.1111/j.1467-9655.2011.01725_18.x

Ranji, B. (2021). Traces of orientalism in media studies. *Media, Culture & Society*, 01634437211022692. https://doi.org/10.1177/01634437211022692

Riffe, D., & Freitag, A. (1997). A content analysis of content analyses: Twenty-five years of journalism quarterly. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *74*(3), 515–524. https://doi.org/10.1177/107769909707400306

Rogers, E. M. (1985). Methodology for meta-research. In H. H. Greenbaum, S. A. Hellweg, & R. L. Falcione, *Organizational Communication* (Vol. 10, pp. 13–33). SAGE. https://books.google.be/books/about/Organizational_Communication.html?id=uqgWAAAAIAAJ&redir_esc=y

Rotgans, J. I. (2012). The themes, institutions, and people of medical education research 1988–2010: Content analysis of abstracts from six journals. *Advances in Health Sciences Education*, *17*(4), 515–527. https://doi.org/10.1007/s10459-011-9328-x

Schuck, A. R. T., Vliegenthart, R., & De Vreese, C. H. (2016). Who's afraid of conflict? The mobilizing effect of conflict framing in campaign news. *British Journal of Political Science*, *46*(1), 177–194. https://doi.org/10.1017/S0007123413000525

Secundo, G., Rippa, P., & Cerchione, R. (2020). Digital academic entrepreneurship: A structured literature review and avenue for a research agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, *157*, 120118. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120118

Sjøvaag, H. (2019). *Journalism between the state and the market*. Routledge.

Steensen, S., & Westlund, O. (2020). *What is Digital Journalism Studies?* (1st ed.). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780429259555

Sumpter, R. S. (2001). News about news: John G. Speed and the first newspaper content analysis. *Journalism History*, *27*(2), 64–72. https://doi.org/10.1080/00947679.2001.12062572

Tiffen, R., Jones, P. K., Rowe, D., Aalberg, T., Coen, S., Curran, J., Hayashi, K., Iyengar, S., Mazzoleni, G., Papathanassopoulos, S., Rojas, H., & Soroka, S. (2014). Sources in the news: A comparative study. *Journalism Studies*, *15*(4), 374–391. https://doi.org/10.1080/1461670X.2013.831239

United Nations – Population Division. (2019). *World population prospects 2019*. https://bityli.com/XEqmVngp

United Nations – Statistics Division. (n.d.). *UNSD – Methodology*. https://unstats.un.org/unsd/methodology/m49/overview/

Vogler, D., Udris, L., & Eisenegger, M. (2020). Measuring media content concentration at a large scale using automated text comparisons. *Journalism Studies*, 1–20. https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1761865

Waisbord, S., & Mellado, C. (2014). De-westernizing communication studies: A reassessment. *Communication Theory*, *24*(4), 361–372. https://doi.org/10.1111/comt.12044

Watson, A. (2020). *Number of daily newspapers in the U.S. 2018*. Statista. https://www.statista.com/statistics/183408/number-of-us-daily-newspapers-since-1975/

Xue, M., Kalnis, P., & Pung, H. K. (2009). Location diversity: Enhanced privacy protection in location based services. In T. Choudhury, A. Quigley, T. Strang, & K. Suginuma (Eds.), *Location and Context Awareness* (pp. 70–87). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-01721-6_5

Biographical notes

Jonathan Hendrickx obtained a BA in Applied Linguistics and a MA in Journalism from the Catholic University of Leuven (Belgium). He joined the imec-SMIT research group of the Vrije Universiteit Brussel (Belgium) as a PhD candidate in 2017, working on the inter-universitary DIAMOND project on the relationship between media market consolidation and news diversity. He holds a PhD in Media and Communication Sciences and subsequently worked as a postdoc researcher and guest professor in the Master of Journalism until 2022. He is currently a postdoc researcher working with the Journalism Studies Center in the Department of Communication at the University of Vienna.

ORCID iD: 0000-0003-2802-2802

Scopus Author ID: 57212027679

Address: Pleinlaan 9, 1040 Ixelles, Belgium

Michael Pakvis obtained a BA in Arts and Culture and a MA in Globalisation and Development Studies at Maastricht University (the Netherlands) followed by a MSc in Communication Studies: Journalism and Media in Europe at the Vrije Universiteit Brussel (Belgium). Currently, he is a teaching assistant and PhD candidate connected to the Vrije Universiteit Brussel (Belgium) and to its affiliated imec-SMIT research group, conducting research on the construction of viewpoint diversity in Public Service Media.

ORCID iD: 0000-0002-8488-3212

Address: Pleinlaan 9, 1040 Ixelles, Belgium

How to cite

Hendrickx, J., & Pakvis, M. (2022). News content analyses in the 21st century: A structured literature review. *Revista Media & Jornalismo*, *22*(41), 121-140. https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_7

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Desafiando imaginários: práticas mediadas de jovens adultos em aplicações móveis

Challenging imaginaries: young adults' mediated practices in mobile applications

https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_8

Inês Amaral
Universidade de Coimbra, Faculdade de Letras, Portugal
ines.amaral@uc.pt

Ana Marta Flores
Universidade NOVA de Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, ICNOVA, Portugal
amflores@fl.uc.pt

Eduardo Antunes
Universidade de Coimbra Faculdade de Letras, Portugal
eduardo.antunes@fl.uc.pt

Submetido: 2021/03/22 | Aceite: 2022/07/05
Submitted: 2021/03/22| Accepted: 2022/07/05

Resumo

Considerando o grupo específico de jovens adultos(as) em Portugal, o artigo visa perceber se e de que forma as aplicações móveis interferem com as identidades de género e as práticas sexuais. A abordagem metodológica adotada é quantitativa, operacionalizada através de um inquérito por questionário a uma amostra representativa (N=1500) de jovens (18-30 anos). Os resultados indicam que a orientação sexual influencia os comportamentos relacionados com a intimidade e os imaginários das identidades sexuais e de género. Atendendo à forma como as aplicações móveis são incorporadas no quotidiano, constata-se a relevância do género com 66,2% dos(as) participantes a designarem o género nas aplicações e 37,9% a afirmarem que este é a representação da sua identidade. Os resultados mostram ainda que 19,2% dos(as) inquiridos(as) mencionam que não há opção para o género com que se identificam, pelo que é possível inferir que as interfaces digitais podem limitar ou impor imaginários normativos.

Palavras-chave

identidades de género e sexualidades, culturas digitais, aplicações móveis, mediação digital

Abstract

Considering the specific group of young adults in Portugal, the article aims to understand if and how mobile applications interfere with gender identities and sexual practices. The methodological approach adopted is quantitative, operationalised through a questionnaire survey of a representative sample (N=1500) of young people (18-30 years old). The results indicate that sexual orientation influences behaviours related to intimacy and imaginaries of sexual and gender identities. Regarding the way in which mobile applications are incorporated into daily life, the relevance of gender is observed with 66.2% of the participants designating gender in the applications and 37.9% affirming that this is the representation of their identity. The results also show that 19.2% of those interviewed mention that there is no option for the gender they identify with, so it is possible to infer that digital interfaces may limit or impose normative imaginaries.

Keywords

gender identities and sexualities, digital cultures, mobile applications, digital mediation

Introdução

A convergência mediática convoca a hibridez dos canais (Chadwick, 2017), o que sustenta o argumento de que os públicos são inerentemente *cross-media* (Schrøder, 2011). Efetivamente, as gerações mais jovens vivem numa realidade tendencialmente híbrida em que o consumo se tornou um processo coletivo (Jenkins, 2006), a tecnologia tem usos cada vez mais individualizados (Livingstone *et al*., 2007) e performativos, e a relação com conteúdos e aplicações funciona numa lógica multitarefa (van Dijck, 2006). Neste sentido, as escolhas mediadas (Hepp, 2013) e as práticas de usos e apropriações da tecnologia por parte das gerações mais jovens são diferentes de outras gerações (Pacheco *et al*., 2017).

A investigação tem mostrado que as interações e os processos narrativos coletivos que delas decorrem em plataformas baseadas em aplicações móveis (m-apps) reforçam as relações sociais de poder, perpetuando masculinidades e feminilidades hegemónicas ancoradas à heteronormatividade (Amaral *et al*., 2021). As masculinidades e as feminilidades representam um ideal (Simões & Silveirinha, 2019), tanto imaginado culturalmente, como transmitido semiótica e discursivamente, do que significa ser e comportar-se como homem e mulher (Amaral *et al*., 2019). Sendo o género uma construção social (Butler, 1990), as masculinidades e as feminilidades não são naturais, espontâneas, fixas ou imutáveis. Resultam antes de processos sociais e culturais dinâmicos, sendo suscetíveis de serem desafiados, (re)construídos e transformados (Boni, 2002). Daqui decorre que a forma como as pessoas se envolvem com a tecnicidade e os imaginários das aplicações móveis, incorporando-os nas suas práticas do dia a dia, potencia uma (re)negociação das suas identidades sexuais e de género. A forma como as pessoas utilizam as m-apps, se envolvem com a sua tecnicidade e interagem com outros utilizadores tem sido uma questão constante com a emergência de novos meios de interação social (Ohme, 2020). A utilização massiva de m-apps de diferentes categorias, desde plataformas sociais

a encontros e jogos, saúde, *fitness* e aplicações de *self-tracking*, sugere que as pessoas estão cada vez mais tempo a utilizar aplicações para se ligarem com outras e interagirem com conteúdos multiplataforma. Estas tecnologias móveis tornaram-se uma parte indispensável da vida como uma extensão do *self* (Zhang *et al*., 2018). Neste sentido, a utilização que as pessoas fazem e as diferentes apropriações de aplicações móveis são essenciais para compreender como desafiam ou constrangem as suas experiências pessoais, nomeadamente no que concerne à forma como (re)negoceiam as suas identidades sexuais e de género.

A utilização de m-apps por jovens adultos tem sido estudada principalmente a partir da teoria dos usos e gratificações ou da abordagem dos riscos e vantagens. Este artigo assume uma perspetiva crítica dos meios digitais contemporâneos, baseada numa compreensão da tecnologia como produtora de significado, subjetividade e agência. Adotando uma perspetiva crítica dos média digitais contemporâneos e ancorada a uma nova abordagem feminista materialista, esta investigação visa compreender como é que jovens adultos portugueses percecionam os seus usos e apropriações de aplicações móveis para aferir como são negociadas e imaginadas as identidades de género nas experiências dos utilizadores. Por conseguinte, visa compreender se as interfaces mediadas reproduzem ou desafiam imaginários normativos de género. Neste sentido, o estudo parte das seguintes questões de investigação: 1) As m-apps interferem diretamente com as identidades de género e as práticas sexuais de jovens adultos portugueses?; 2) Como são negociadas e imaginadas as identidades de género nas experiências mediadas dos utilizadores?

A abordagem metodológica deste estudo é quantitativa, operacionalizada através de um inquérito a uma amostra representativa de jovens adultos portugueses (18-30 anos). Este artigo enquadra-se num projeto mais amplo que visa compreender a relevância das aplicações móveis na vida dos jovens adultos portugueses e as formas como a sua utilização dialoga com os seus contextos e experiências pessoais.

As próximas secções discutem a dimensão simbólica das apropriações das interfaces mediadas, as construções sociotécnicas de género e como os jovens se envolvem com o panorama dos *media* digitais e incorporam as aplicações móveis na sua vida quotidiana. Finalmente, as secções seguintes apresentam a metodologia do estudo empírico, os resultados, a sua discussão e conclusões finais.

A natureza simbólica das interfaces mediadas

Nas sociedades info-incluídas, o acesso generalizado à tecnologia está diretamente relacionado com a utilização de aplicações móveis. Segundo um relatório do Statista (2021), no ano de 2020 foram descarregadas 218 mil milhões de aplicações do Google Play e da Apple Store. Portugal não é alheio a esta realidade. Em 2021, 87% dos agregados familiares tinham acesso à internet (Eurostat, 2021) e 83,7% às redes sociais (DataReportal, 2022), sendo que se registavam 16,07 milhões de telemóveis. Este último dado traduz-se em 158,3% da população total do país. Logo, as implicações da utilização extensiva e crescente de diferentes tipos de aplicações móveis devem ser consideradas, procurando identificar o impacto da tecnologia sobre as pessoas enquanto sujeitos sexuais e de género.

As utilizações tecnológicas têm lugar e provêm de terrenos culturais e ideológicos específicos, (re)produzindo diferentes tipos de estruturas e hierarquias sociais (Simões & Amaral, 2022). A maioria das m-apps convida os utilizadores a darem sentido aos seus dados de acordo com ideias de masculinidade e feminilidade normativas, dando origem a práticas ancoradas aos tradicionais papéis de género e a relações de poder que criam verdadeiros espaços sociais de género.

Estudos sobre a forma como as pessoas se envolvem com a tecnicidade e os imaginários das aplicações móveis, incorporando-os na sua vida quotidiana, têm demonstrado que as gramáticas e as políticas das plataformas de aplicações móveis podem limitar os desempenhos de identidade dos utilizadores, uma vez que as tecnologias digitais regulam e controlam as apropriações que delas são feitas (Correa *et al*., 2010). Neste sentido, importa sublinhar que a análise dos impactos destas aplicações deve ser considerada numa dupla perspetiva: a partir da natureza simbólica das m-apps como ambientes de comunicação digital, e sobre a sua dimensão experiencial enquanto ferramenta tecnológica. A partir de uma nova perspetiva materialista feminista (Lupton, 2019), a dinâmica do envolvimento das pessoas com outras pessoas e objetos é considerada profundamente produtiva (Bennett, 2010). Quando as pessoas utilizam tecnologias digitais não estão apenas a consumir modos de pensar comuns, mas estão também a sentir e a incorporar conjuntos afetivos de matéria, pensamento e linguagem (Lupton, 2019), e a gerar capacidades e raciocínios agenciais para dar sentido ao que significa ser e comportar-se como um homem e uma mulher. A partir desta abordagem, o género é entendido como uma construção interligada com aspetos sociais específicos e com as relações de poder que estes estabelecem.

Construções digitais de género: usos e apropriações das m-apps

O estudo da importância do género na vida das pessoas contribui indubitavelmente para uma compreensão da sua natureza socialmente construída. Quando se enuncia a palavra "género", há a referência implícita a um conjunto de componentes como identidade de género, orientação sexual, ou papéis de género, que se cruzam com questões de raça, sexo, classe, etnia e religião de identidades discursivamente construídas e que se legitimam como um sistema de relações sociais de dominação e subordinação (Simões & Amaral, 2022). Daqui decorre que as identidades de género podem ser até contraditórias (Connell & Messerschmidt, 2005) e, por isso, as masculinidades e feminilidades subalternizadas podem influenciar as formas dominantes através de relações de poder (Santos *et al.*, 2021).

Como a tecnologia produz significado, subjetividade e agência, as práticas digitais estão ligadas à tecnicidade e ao imaginário dos ambientes sociais onde são utilizadas e têm implicações para as decisões pessoais nas práticas quotidianas das pessoas (Boyd, 2015). A complexa interação entre as ferramentas tecnológicas e os seus usos e apropriações implica uma compreensão mais profunda das práticas digitais como artefactos socioculturais, moldados pelas relações de poder (Lupton, 2019). É neste contexto que os estudos feministas dos *media* desafiam o carácter naturalizado das diferenças de género, na medida em que todas as características

sociais significativas são ativamente criadas e não são nem biologicamente inerentes nem permanentemente socializadas ou estruturalmente predeterminadas (Silveirinha *et al*., 2019).

As tecnologias digitais facilitam novas formas de envolvimento em políticas de género, uma vez que os usos tecnológicos podem gerar contextos sociais, práticas e relações mais emancipatórias (Simões & Amaral, 2022). Além disso, os ambientes digitais podem oferecer novas possibilidades para desempenhos e subjetividades de identidade. Considerando que a internet produz e reproduz papéis sociais, práticas, identidades e atos de opressão, a investigação feminista digital está numa posição única para analisar os complexos efeitos e mecanismos do ambiente digital. As m-apps têm de ser reconhecidas como interfaces mediadas para desempenhos de identidade de género. No entanto, os estudos sobre os usos, apropriações e impactos são variados e raras vezes assumem a lente de género.

A maioria das investigações sobre m-apps centra-se nos usos de redes sociais e representações visuais (Berry, 2017). A partir da teoria dos usos e gratificações, vários estudos têm investigado as apropriações que jovens adultos fazem de plataformas específicas como redes sociais (Khadir *et al*., 2021), *media* sociais (Moreno & Whitehill, 2016; Ash *et al*., 2020; Song *et al*., 2021), aplicações de *media* noticiosos (Antunovic *et al*., 2018) e *homebanking* (Prom Tep *et al*., 2020).

A partir do olhar dos estudos feministas dos *media*, as tecnologias de vigilância têm sempre desempenhado funções disciplinares. Daqui decorre que a investigação sobre desigualdades, relações de poder e mercantilização se tem focado na forma como a tecnologia digital está a produzir certas práticas e entendimentos de identidade e subjetividade, remetendo para a premissa de que as tecnologias digitais são (re)produzidas dentro de ambientes sociais moldados por expectativas e normas de género que estruturam o envolvimento das pessoas (Simões & Amaral, 2022).

Extensões do *self*: práticas mediadas de jovens adultos

A investigação científica sobre a incorporação de aplicações móveis na vida quotidiana dos jovens adultos está interligada com a utilização de tecnologias de informação e comunicação e de *media* sociais. Contudo, as m-apps são muito mais diversificadas e incluem várias esferas da vida dos jovens adultos. Dos jogos às compras, dos encontros à saúde e nutrição, do *fitness* ao autocontrolo, há uma miríade de aplicações móveis utilizadas regularmente por jovens adultos. Danah Boyd (2015) refere que a comunicação móvel está a operar uma reconfiguração das práticas sociotécnicas, o que se traduz na construção e reconstrução da cultura de sociabilidade (Amaral, 2012; Amaral, 2016), estruturas e hierarquias sociais, facilitando o envolvimento da tecnologia em diferentes aspetos da vida quotidiana (Simões & Amaral, 2022).

Atendendo à hibridez do novo ecossistema mediático, a literatura científica tem examinado a forma como os jovens utilizam as tecnologias digitais, interagem com os outros, utilizam os dispositivos digitais na sua vida quotidiana, transformam as suas perspetivas e comportamentos com base nas suas práticas em rede, participam e se associam a movimentos cívicos e políticos (Ohme, 2020),

consomem notícias, seguem tendências e influenciadores, fazem amigos, e têm intimidade digital numa lógica multiplataforma que promove experiências ativas (Gerlich *et al*., 2015).

Considerando a centralidade do digital na vida dos jovens (Jenkins *et al*., 2016) e a forma como se assume uma extensão do *self* (Zhang *et al*., 2018), riscos e oportunidades têm sido linhas de investigação com particular destaque. Os riscos são frequentemente referidos quando se consideram os usos por jovens. Os riscos associados ao vício, *cyberbullying*, discurso do ódio, exploração sexual *online*, estilos de vida sedentários, depressão e suicídio são frequentemente elencados na investigação sobre jovens e tecnologias (Sinkkonen *et al*., 2014; Gerodimos, 2017; Twenge, 2017; Thulin & Vilhelmson, 2019; Amaral & Simões, 2021). Outra linha de investigação centra-se nos aspetos positivos da utilização dos *media* digitais, enfatizando o ativismo digital, o envolvimento público e cívico, e a participação social e política (Lee *et al*., 2013; Ekström *et al*., 2014; Boulianne & Theocharis, 2018).

Atendendo aos diferentes padrões de consumo mediático promovidos pelo ecossistema digital (Gurevitch *et al*., 2009) e à sua permanente mutação (Thulin & Vilhelmson, 2019), as várias teorias sobre os efeitos dos *media* sociais (Boulianne, 2015) consideram que estes podem afetar a participação cívica e política (Boulianne & Theocharis, 2018), criando novos repertórios de envolvimento (Cammaerts *et al*., 2014), promovendo a chamada exposição incidental a notícias (Gil de Zuñiga *et al*., 2017; Boczkowski *et al*., 2018) e reforçando a criação de laços sociais (Amaral, 2016). Outras vertentes da investigação olham para a imersão da juventude nos meios digitais na sua vida quotidiana considerando que, embora as tecnologias promovam a interação social, também favorecem o isolamento e a solidão (Thulin & Vilhelmson, 2019). A investigação sobre a juventude também se tem centrado nas identidades sexuais em rede e na internet como lugar de intimidade digital (De Ridder & Van Bauwel, 2015).

No que concerne a jovens adultos, há ainda um campo de investigação muito amplo que se tem dedicado a estudar usos e apropriações de m-apps por homens que fazem sexo com outros homens (Blackwell *et al*., 2015) abordados em estudos sobre saúde e riscos relativos aos comportamentos sexuais, frequentemente apresentados como patologias. No entanto, estes estudos têm vindo a ser alargados a questões centradas nas culturas sexuais digitais a partir da abordagem da "cultura de dados" (Albury *et al*., 2017). Esta perspetiva refere-se à mediação digital da intimidade e à forma como os algoritmos registam os dados de utilizadores, monitorizando hábitos e rotinas para "oferecer" sugestões de outros utilizadores e atividades (Light, 2016; Albury *et al*., 2017). Neste sentido, as negociações e renegociações que os jovens adultos vivem e fazem das identidades de género e sexuais nas aplicações móveis interferem diretamente nas suas culturas de intimidade e sexualidade a partir de uma declarada intrusão tecnológica na vida quotidiana das pessoas (Gillespie, 2014; Mollen & Dhaenes, 2018). A este propósito, sublinhe-se a lógica de geolocalização (Brubaker *et al*., 2016) subjacente à maioria das aplicações e, muito em particular, as de encontros e *media* sociais.

A utilização de m-apps por jovens adultos em Portugal tem sido pouco estudada. A maioria dos estudos centra-se nos usos das redes sociais (Pinto *et al*., 2021) e, mais recentemente, em aplicações relacionadas com a saúde (Bento *et*

al., 2018) e encontros amorosos e/ou sexuais (Vieira & Sepúlveda, 2017). Dada a falta de investigação aprofundada sobre as implicações pessoais dos usos de m-apps entre os jovens adultos portugueses, este artigo decorre de um estudo pioneiro em Portugal que procura contribuir para compreender o papel das aplicações móveis populares na vida quotidiana e como estas se relacionam com os contextos e experiências pessoais desta população específica, tendo em conta as suas diferentes origens. Efetivamente, a investigação crítica sobre tecnologias de vigilância digital tem estado mais preocupada com o impacto das m-apps num contexto sociocultural mais vasto, ajudando a combater ou reforçar desigualdades sociais (Wajcman, 2007; Correa *et al*., 2010; Whiting & William, 2013; Boyd, 2015). Sem questionar a importância destes estudos, neste artigo defendemos que é necessário um entendimento crítico sobre as ferramentas de tecnologia digital como produtos socioculturais que estão a remodelar as relações de género e as práticas sexuais. Neste sentido, propomos um estudo empírico que visa compreender de que forma as m-apps se intersectam, negociam e potenciam imaginários das identidades de género e práticas sexuais de jovens adultos portugueses, procurando identificar se estas interfaces mediadas reproduzem ou desafiam as perspetivas normativas de género.

Metodologia

Este artigo procura compreender de que forma é que jovens adultos portugueses percecionam os seus usos e apropriações de aplicações móveis para aferir como são negociadas e imaginadas as identidades de género nas experiências dos utilizadores. Daqui decorrem as seguintes questões de investigação: 1) As m-apps interferem diretamente com as identidades de género e as práticas sexuais de jovens adultos portugueses?; 2) Como são negociadas e imaginadas as identidades de género nas experiências mediadas dos utilizadores?.

A partir de uma estratégia metodológica quantitativa, foi aplicado um inquérito por questionário *online* a uma amostra representativa de jovens adultos portugueses (N = 1500), com idades compreendidas entre os 18 e os 30 anos. A amostra selecionou utilizadores de aplicações móveis, com quotas por sexo e região (Portugal Continental e Ilhas) de acordo com a distribuição da população. O inquérito foi conduzido entre 8 e 17 de outubro de 2021. A amostragem garante uma margem de erro de ± 2,53% ao nível de confiança de 95%. O instrumento é composto por seis grandes blocos – caracterização sociodemográfica, consumos mediáticos, usos de aplicações móveis, experiências pessoais e mediadas e autorrepresentação, literacia digital e intergeracionalidade. Neste artigo, debruçamo-nos sobre as experiências pessoais e mediadas e autorrepresentação. A cada inquirido(a) foi solicitado que indicasse o seu nível de concordância com afirmações seguindo uma escala Likert. Os dados foram analisados utilizando o programa de análise estatística SPSS da IBM, recorrendo a análise estatística descritiva e inferencial (bivariada). Neste sentido, as variáveis analisadas são género, orientação sexual e se vive com os pais. Devido à opção metodológica, o estado civil, emprego e classe social não se revelaram estatisticamente significativamente relevantes.

Resultados e discussão

Conforme mostra a Figura 1, as m-apps interferem diretamente com as identidades de género e práticas sexuais dos(as) jovens inquiridos(as). Os resultados apontam para o facto de a tecnologia se assumir como uma extensão do *self* (Zhang *et al*., 2018), onde há lugar para a intimidade sexual (Vieira & Sepúlveda, 2017) e a negociação da identidade de género (De Ridder & Van Bauwel, 2015). Entre as questões centradas em experiências pessoais mediadas e autorrepresentação (Figura 1), mais de metade dos(as) inquiridos(as) declaram que identificam o género nas aplicações em que têm conta (66,2%), utilizam fotografias reais (57,5%) e consideram importante ter uma identidade verdadeira nos perfis das aplicações móveis (56,5%). No que concerne aos usos das apps, os resultados sugerem uma preponderância de conteúdos de entretenimento e inspiracionais. Os dados mostram que 58,9% dos(as) inquiridos(as) se sentem inspirados(as) quando navegam em perfis de algumas pessoas e 57,1% procuram ativamente inspiração nas redes sociais.

Quanto às práticas de uso, a maioria dos(as) inquiridos(as) sente-se confiante com o conteúdo que publica nas redes sociais (58,6%) e também manifesta que pode ser quem realmente é nas apps que utiliza (55,9%). É interessante, ainda, observar que 54,9% destes(as) jovens mantêm os seus perfis privados, 50,5% dizem não se preocuparem com o que os outros pensam das suas publicações, enquanto 45,5% usam algumas plataformas apenas para acompanhar o que outras pessoas publicam. Há ainda um comportamento mais residual, embora interessante, que mostra um extremo oposto: 22,7% da amostra publica conteúdo de forma privada para evitar que a família tenha acesso, 24,7% sentem-se pressionado(a)s para ter conta nas redes sociais e 38% adaptam o conteúdo consoante a plataforma por causa das pessoas que o(a) seguem.

Em relação ao género e comportamentos sexuais *online*, a maioria não experienciou episódios desconfortáveis ou de violência, embora uma percentagem significativa declare já ter sido abordado(a) por alguém devido ao seu género (27,1%), enquanto 24,1% afirmam que já foram sexualmente assediados(as). Destaca-se também que 28,4% dos(as) participantes admitem não terem coragem de utilizar aplicações de *dating*, embora 36,4% declarem que já tiveram relacionamentos com pessoas que conheceram *online* e se sentiram bem com isso. Quando consideramos conteúdos eróticos, 28,8% reconhecem que desamigam pessoas que publicam conteúdo íntimo e 61,1% afirmam que costumam bloquear pessoas que enviam mensagens de teor sexual.

Figura 1 – Destaques dos resultados do inquérito aplicado a 1500 jovens adultos em Portugal

Fonte: elaboração própria

Os(as) inquiridos(as) também responderam a um conjunto de perguntas sobre experiências relacionadas com as suas práticas mediadas por aplicações móveis que se relacionam e interagem com as suas identidades de género e sexuais. As respostas dispunham-se sobre uma escala de Likert, transformada numa escala de 1 a 5, com a seguinte correspondência: 1: "Discordo completamente"; 2: "Discordo"; 3: "Nem concordo, nem discordo"; 4: "Concordo"; 5: "Concordo totalmente". Foram calculadas as respostas médias, o que indica que uma média mais baixa e perto do 1 e do 2 implica um desacordo médio com a afirmação e, por sua vez, uma média mais alta e perto do 4 e do 5 deve ser lida como uma concordância média com a experiência pessoal em questão.

No que concerne à forma como os(as) jovens negociam e imaginam as suas identidades de género, procurámos identificar um conjunto de usos e experiências digitalmente mediadas, considerando que a própria tecnologia regula e controla a

apropriação que dela é feita (Correa *et al*., 2010). Os resultados mostram o peso da identidade de género nas experiências e nos usos digitais.

A Figura 2, seguindo o índice de concordância da escala acima referida, revela-nos vários padrões médios de concordância com experiências pessoais, variando da média de respostas de 1,74 (baixa concordância média das mulheres inquiridas com a ideia de que marcam encontros íntimos em apps) a 3,34 (alta concordância média dos inquiridos *gay*[1] com a ideia de que fazem uso das apps para conhecer novas pessoas). O género aparenta ser o dado sociodemográfico de maior peso na concordância média com as experiências em questão, de tal forma que os homens registam uma concordância média, estatisticamente, significativamente superior à das mulheres na totalidade das seis experiências. Nesse sentido, a média de respostas entre os homens varia de 3,05 a 2,42 e, por sua vez, a das mulheres varia entre 2,56 e 1,74. De forma semelhante, os(as) jovens adultos(as) que vivem com os pais revelam maiores níveis médios de concordância com as afirmações em questão sobre as suas experiências pessoais de utilização de aplicativos móveis. A concordância média dos(as) inquiridos(as) que vivem com os pais só não é significativamente superior em termos estatísticos à concordância média dos(as) jovens adultos(as) que não vivem com os pais no que toca a marcarem encontros íntimos em apps.

A orientação sexual revela nuances sobre as experiências médias de utilização e apropriação de apps com os seus imaginários de género e sexualidade. Em cinco das seis experiências, são os(as) inquiridos(as) heterossexuais quem menos concordam, em média, com as questões. Os(as) inquiridos(as) bissexuais revelam uma concordância média significativamente superior, por comparação com a resposta média dos(as) heterossexuais, no que diz respeito a utilizarem apps para conhecer novas pessoas (3,17 por comparação com 2,72) e no que toca a verem conteúdos de cariz sexual em apps (2,69 por comparação com 2,29). Ainda em comparação com os baixos níveis médios de concordância heterossexual, destacam-se os níveis de concordância média estatisticamente significativamente superior dos inquiridos *gay* em relação a marcarem encontros amorosos em apps (2,77 por comparação com 2,02) e ainda em marcarem encontros íntimos em apps (2,71 por comparação com 2,01), como mostra a Figura 2.

[1] As terminologias utilizadas no inquérito quanto à orientação sexual foram: Heterossexual, Bissexual, *Gay*, Lésbica, Pansexual, Assexual, *Queer*, Demissexual e Grayssexual.

Figura 2 – Nível médio de concordância de jovens adultos portugueses com diversas experiências pessoais (1 a 5)[2]

	GÉNERO		ORIENTAÇÃO SEXUAL				VIVE COM PAIS?	
	Homem (A)	Mulher (B)	Hetero (C)	Lésbica (D)	Gay (E)	Bissexual (F)	Sim (G)	Não (H)
Faço uso das apps para conhecer novas pessoas	3,05 B	2,56	2,72	3,10	3,34	3,17 C	2,90 H	2,59
Recorro a apps para me relacionar intimamente com outras pessoas	2,62 B	2,02	2,25	2,72	2,74	2,55	2,35 H	2,21
Costumo usar apps para me relacionar com pessoas sem que a minha família e/ou amigos saibam	2,81 B	2,33	2,52	3,03	2,77	2,68	2,62 H	2,45
Vejo conteúdos de cariz sexual em apps	2,86 B	1,89	2,29	2,07	2,97	2,69 C	2,41 H	2,22
Marco encontros amorosos em apps	2,42 B	1,78	2,02	2,24	2,77 C	2,23	2,14 H	1,97
Marco encontros íntimos em apps	2,42 B	1,74	2,01	2,21	2,71 C	2,28	2,08	2,01

Fonte: elaboração própria

A amostra representativa de 1500 jovens adultos portugueses respondeu a questões sobre a utilização de aplicações de *dating*, como se vê nas Figuras 2 e 3. Cerca de dois terços da amostra afirma nunca ter utilizado aplicações móveis de *dating*, sendo que pouco mais de 31% dos jovens adultos portugueses assumem utilizar (10,80%) ou já ter utilizado (20,67%) apps com este fim. Os resultados demonstram que existem nuances sociodemográficas na utilização de apps de *dating*. Os homens revelam uma utilização atual de apps com este fim significativamente superior à das mulheres (16,38% em comparação com 5,90%), o que é corroborado com a taxa de respostas negativas estatisticamente superior de mulheres face a homens (74,37% em relação a 57,04%).

A relação destas respostas com a orientação sexual revela-nos uma tendência de não utilização de apps de *dating* por parte dos jovens adultos portugueses que se assumem como heterossexuais (69,27%), que é estatisticamente superior a todas as restantes orientações sexuais apresentadas na Figura 3, destacando-se os 37,14% de inquiridos *gay* como a menor percentagem que nunca utilizou apps com esses fins. Entre as respostas de utilização atual dessas apps ou de utilização no passado, registam-se variadas percentagens significativamente superiores por parte dos jovens que se assumem como lésbica, *gay* ou bissexual, em comparação com a menor utilização assumida pelos(as) inquiridos(as) heterossexuais.

O dado sociodemográfico da vivência dos(as) inquiridos(as) com os pais ou outros adultos encarregados não aparenta ter consequências na utilização de apps móveis de *dating* por parte dos jovens adultos portugueses, de tal forma que não se registam diferenças estatisticamente significativas.

[2] (A) ou qualquer outra letra utilizada indica uma diferença estatística significativa em comparação com a variável correspondente a essa letra. Esta regra aplica-se igualmente nas restantes figuras.

(*) Significa que a amostra é insuficiente para calcular variações estatisticamente significativas e, por conseguinte, cada categoria com um asterisco não é utilizada para essas comparações, pois a proporção da coluna é igual a zero ou um.

Figura 3 – "Utiliza aplicações móveis de *dating*?" (%)

		GÉNERO		ORIENTAÇÃO SEXUAL				VIVE COM PAIS?	
	TOTAL	Homem (A)	Mulher (B)	Hetero (C)	Lésbica (D)	Gay (E)	Bissexual (F)	Sim (G)	Não (H)
Sim	10,80%	16,38%B	5,90%	9,90%	27,59%CF	31,43%CF	11,72%	12,07%	8,59%
Não	66,27%	57,04%	74,37%B	69,27%DEF	51,72%	37,14%	52,34%	65,90%	66,91%
Já usei	20,67%	23,28%	18,34%	18,75%	20,69%	31,43%CD	35,94%CD	19,94%	21,94%
Não quero responder	2,27%	3,30%B	1,38%	2,08%	0,00%*	0,00%*	0,00%*	12,10%	2,56%

Fonte: elaboração própria

Dentro do universo de 472 pessoas (31,47%) que responderam utilizar ou já ter utilizado aplicações móveis de *dating*, foi questionado quais as três aplicações favoritas com esse fim. Houve sete aplicações que foram respondidas por mais de 5% dessa amostra de 472 jovens adultos(as), o que inclui apps de *dating* e apps cujos objetivos são outros mas que são apropriadas com propósito de *dating*, (como o Facebook e o Instagram), como mostra a Figura 4. O Tinder destaca-se, reunindo 375 respostas (79,45%). Na Figura 4 encontram-se os resultados cruzados com as variáveis de género, orientação sexual e a questão de viver com pais/familiares. O Tinder é especialmente respondido como uma das apps favoritas para *dating* pelas mulheres (60,47%), de forma significativamente superior às respostas de homens (47,91%). De igual forma, essa aplicação é respondida pelas inquiridas que se identificam como lésbicas (76,92%) de forma estatisticamente superior à das restantes orientações sexuais.

O Badoo foi a segunda app de *dating* mais respondida, tendo, de acordo com os resultados, uma utilização estatisticamente superior por parte de homens (22,64% em comparação com 17,39%) e dos(as) inquiridos(as) heterossexuais (22,24%), em especial por comparação com quem se assume como lésbica (7,69%) ou *gay* (13,33%). O Bumble e o Facebook não revelam nuances de preferência estatisticamente relevantes.

O Grindr – app de *dating* para homens que têm sexo com outros homens – é igualmente popular ao Tinder junto dos inquiridos que se definem como *gays* (35,56%, o que é significativamente superior às respostas das outras orientações sexuais). É na preferência pelo Grindr que se encontra a única nuance estatisticamente significativa em relação aos inquiridos que não vivem com os seus pais (5,11% em comparação com 2,92% que vivem com os seus pais). Esta questão de viver ou não com pais aparenta não implicar preferências de apps de *dating* diferentes. Sendo o Grindr uma aplicação desenhada para homens, enquadra-se a preferência estatisticamente superior de pessoas que se identificam como homens deste estudo (5,05%).

O Instagram é outra aplicação (re)apropriada com fins de *dating* segundo os resultados. A preferência por esta aplicação é relativamente equilibrada, com os homens (6,15%) a se destacarem estatisticamente das mulheres (2,77%). O Happn também aponta por preferências relativamente equilibradas entre as variáveis, destacando-se apenas a taxa de respostas entre lésbicas (7,69%) que é significativamen-

te superior às respostas de inquiridos heterossexuais e bissexuais (3,49% e 3,09%, respetivamente). Salienta-se ainda que as jovens adultas que se identificam como lésbicas não responderam uma única vez as apps Facebook, Grindr ou Instagram, e os jovens adultos que se identificam como *gays* não responderam uma única vez a app Bumble (Figura 4).

Figura 4 – Aplicações móveis de *dating* favoritas (%)

	GÉNERO		ORIENTAÇÃO SEXUAL				VIVE COM PAIS?	
	Homem (A)	Mulher (B)	Hetero (C)	Lésbica (D)	Gay (E)	Bissexual (F)	Sim (G)	Não (H)
Tinder	47,91%	60,47%A	53,31%	76,92%CEF	35,56%	52,58%	51,25%	54,89%
Badoo	22,64%B	17,39%	22,24%DE	7,69%	13,33%	17,53%	21,25%	20,00%
Bumble	7,47%	7,91%	7,72%	7,69%	0,00%*	9,28%	8,33%	6,38%
Facebook	6,59%	7,11%	7,17%	0,00%*	6,67%	5,15%	7,50%	5,11%
Grindr	5,05%B	1,19%	0,55%	0,00%*	35,56%CDF	8,25%	2,92%	5,11%G
Instagram	6,15%B	2,77%	5,51%	0,00%*	4,44%	4,12%	5,00%	4,68%
Happn	4,18%	3,16%	3,49%	7,69%CF	4,44%	3,09%	3,75%	3,83%

Fonte: elaboração própria

Conclusões

Esta investigação explora os usos de aplicações móveis por jovens em Portugal com a perspetiva de contribuir para um campo de estudo ainda emergente. Considerando o caráter construído das identidades de género (Butler, 1990) e a incorporação das m-apps no quotidiano das pessoas, os resultados apontam que 66,2% dos jovens portugueses identificam o género nas aplicações em que têm perfil e 37,9% afirmam que o género é a representação da sua identidade. Esses dois resultados reforçam a relevância desta questão nos espaços digitais mediados como forma de representação pessoal, simbólica e social. Importa mencionar que 19,2% dos(as) participantes do inquérito respondem que o género pelo qual se identificam não está disponível na maioria das apps que usa. Daqui se infere que as interfaces digitais podem moldar, limitar ou impor imaginários binários e normativos.

Outro aspeto que sugere que há uma influência e subordinação à vida digital é a referência ao hábito de diferenciar ou classificar os conteúdos publicados para cada plataforma, de acordo com os contactos nela adicionados (38%). É possível inferir que este é apenas um comportamento padrão relacionado à cultura de uso – apropriações feitas pelos utilizadores que são necessariamente condicionadas pelas plataformas (Burgess & Green, 2009; Omena *et al*., 2020). No entanto, este estudo vai além das apropriações feitas no uso de partilha de conteúdo ou no tipo de publicação mais recorrente, e identifica o que está presente nos imaginários e motivações de jovens adultos portugueses nos ambientes digitais via aplicações móveis. Entre os exemplos dessas motivações e imaginários, destacam-se os resultados que explicitam comportamentos como publicar conteúdo de forma privada para que os familiares não tenham acesso (22,7%), detestar pessoas que causam polémica nas

redes sociais (46,9%), o interesse em tentar identificar a orientação sexual nos perfis das pessoas que segue ou com que se relaciona *online* (19,7%) ou, ainda, já ter abordado pessoas por causa do género delas (16,9%). Constata-se também que, para 32,5% dos(as) inquiridos(as), permanecer sem o telemóvel – o principal meio de acesso a apps – provoca ansiedade. Esse dado reforça as discussões sobre saúde mental e o uso da tecnologia, especialmente relacionadas às aplicações de redes sociais (O'Reilly *et al*., 2018) e da plataformização da sociedade (van Dijck, 2018).

De acordo com os resultados, as diferentes práticas de utilização de aplicações móveis por parte dos(as) jovens adultos(as) portugueses(as) são moldadas em função das suas identidades de género e sexuais. Diferenças essas que se registam, nomeadamente, pela orientação sexual dos(as) próprios(as) jovens adultos(as). Os(as) inquiridos(as) heterossexuais aparentam ser os que menos necessitam de apps para poder agir e apropriar-se da técnica de acordo com as suas identidades de género e sexuais, como demonstra a generalidade de baixos níveis médios de concordância com as afirmações da Figura 2. No uso particular de aplicações de *dating*, os(as) jovens adultos(as) heterossexuais afirmam de forma significativamente superior que não utilizam ou utilizaram esse tipo de apps (69,27%). Mesmo no que concerne a inquiridos(as) heterossexuais que utilizam ou utilizaram apps de *dating*, há nuances nas preferências das apps para esses fins em relação a outras orientações sexuais. Deste modo, os resultados apontam para a ideia de que a orientação sexual influencia os comportamentos relacionados com questões da intimidade e dos imaginários das identidades de género e sexuais.

Além da orientação sexual, o género e a questão de viver com os pais ou não também impactam a forma como os(as) jovens adultos(as) imaginam, negociam e interagem intimamente nos espaços das suas identidades de género e sexuais através das aplicações móveis. Daí destaca-se uma generalização maior do nível médio de concordância com as afirmações da Figura 2 por parte dos(as) jovens que vivem com os pais. Também se destaca a significativa superioridade das mulheres ao afirmarem que não utilizam ou alguma vez utilizaram apps de *dating*, como se observa na Figura 3.

Os resultados deste estudo demonstram que a agência tecnológica pessoal das práticas quotidianas das pessoas (Boyd, 2015) é influenciada em diferentes aspetos por fatores sociodemográficos como o género, a orientação sexual e a questão de viver com pais.

Neste estudo encontram-se interferências na utilização de m-apps, em especial de âmbito íntimo, no que toca às identidades de género e sexuais dos(as) jovens adultos portugueses. Destacam-se ainda outros dados sociodemográficos como a questão de viverem com os pais ou não, no que concerne a essa questão na utilização de aplicações móveis, o que por sua vez também se interliga, seguramente, com as identidades de género e sexuais e a capacidade e necessidade de as negociar e imaginar através de aplicações móveis.

Verifica-se que as m-apps interferem diretamente com as identidades de género e as práticas sexuais de jovens adultos dependendo das *affordances* das plataformas, o que molda, condiciona e constrange substancialmente a forma como são (re) negociadas e imaginadas estas identidades nas experiências mediadas, nas perceções do outro e nas próprias autorrepresentações.

Bibliografia

Albury, K., Burgess, J., Light, B., Race, K., & Wilken, R. (2017). Data cultures of mobile dating and hook-up apps: Emerging issues for critical social science research. *Big Data & Society, 4*(2), 2053951717720950. https://doi.org/10.1177/2053951717720950

Amaral, I. (2012). Participação em rede: do utilizador ao "consumidor 2.0" e ao "prosumer". *Comunicação e Sociedade, 22*, 131–147. https://doi.org/10.17231/comsoc.22(2012).1278

Amaral, I. (2016). *Redes sociais na internet: sociabilidades emergentes*. Editora LabCom.

Amaral, I., & Simões, R. B. (2021). Violence, misogyny, and racism: young adults' perceptions of online hate speech. In J. S. Sánchez & A. Barrientos (Coords.) *Cosmovisión de la comunicación en redes sociales en la era postdigital* (pp. 869–881). McGraw-Hill. hthttps://doi.org/10.1007/978-3-030-78108-8_25

Amaral, I., Santos, S. J., Daniel, F., & Filipe, F. (2019). (In)visibilities of men and aging in the media: Discourses from Germany and Portugal. *Lecture Notes in Computer Science 11593*, 20–32. https://doi.org/10.1007/978-3-030-22015-0_2

Amaral, I., Santos, S. J., Simões, R. B., & Brites, M. J. (2021). Digital aging: Reinforcing normative masculinities on Instagram. *Lecture Notes in Computer Science 12786*, 335–348. https://doi.org/10.1007/978-3-030-78108-8_25

Antunovic, D., Parsons, P., & Cooke, T. R. (2018). 'Checking' and googling: Stages of news consumption among young adults. *Journalism, 19*(5), 632–648. https://doi.org/10.1177/1464884916663625

Ash, G. I., Robledo, D. S., Ishii, M., Pittman, B., DeMartini, K. S., O'Malley, S. S., Redeker, Nancy S., & Fucito, L. M. (2020). Using web-based social media to recruit heavy-drinking young adults for sleep intervention: Prospective observational study. *Journal of Medical Internet Research, 22*(8), e17449. https://doi.org/10.2196/17449

Bennett, J. (2010). *Vibrant matter: A political ecology of things*. Duke University Press.

Bento, M., Martinez, L.M., & Martinez, L.F. (2018). Brand engagement and search for brands on social media: Comparing Generations X and Y in Portugal. *Journal of Retailing and Consumer Services, 43*, 234–241. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.04.003

Berry, M. (2017). *Creating with Mobile Media*. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-65316-7

Blackwell, C., Birnholtz, J., & Abbott, C. (2015). Seeing and being seen: Co-situation and impression formation using Grindr, a location-aware gay dating app. *New Media & Society, 17*(7), 1117–1136. https://doi.org/10.1177/1461444814521595

Boczkowski, P. J., Mitchelstein, E., & Matassi, M. (2018). "News comes across when I'm in a moment of leisure": Understanding the practices of incidental news consumption on social media. *New Media & Society, 20*(10), 3523–3539. https://doi.org/10.1177%2F1461444817750396

Boni, F. (2002). Framing media masculinities: Men's lifestyle magazines and the biopolitics of the male body. *European Journal of Communication, 17*(4), 465–478. https://doi.org/10.1177/0267323102017004040 1

Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society, 18*(5), 524–538. https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1008542

Boulianne, S., & Theocharis, Y. (2020). Young people, digital media, and engagement: A meta-analysis of research. *Social Science Computer Review, 38*(2), 111–127. https://doi.org/10.11772F0894439318814190

Boyd, D. (2015). Social media: A phenomenon to be analyzed. *Social Media+ Society, 1*(1), 2056305115580148. https://doi.org/10.1177/2056305115580148

Brubaker, J. R., Ananny, M., & Crawford, K. (2016). Departing glances: A sociotechnical account of 'leaving'Grindr. *New Media & Society, 18*(3), 373–390. https://doi.org/10.11772F1461444814542311

Butler, J. (1990). Gender trouble, feminist theory, and psychoanalytic discourse. In Linda J. Nicholson (Ed.), *Feminism/postmodernism* (pp.324–340). Routledge.

Cammaerts, B., Bruter, M., Banaji, S., Harrison, S., & Anstead, N. (2014). The myth of youth apathy: Young Europeans' critical attitudes toward democratic life. *American Behavioral Scientist, 58*(5), 645–664. https://doi.org/10.1177/0002764213515992

Burgess, J., & Green, J. (2009). *YouTube: Online video and participatory culture.* Polity Press.

Ceci, L. (2022, October 14). *Mobile app usage – Statistics & facts*. Statista. https://bityli.com/ZtxnJIGwU

Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.

Connell, R. W., & Messerschmidt, J. W. (2005). Hegemonic masculinity: Rethinking the concept. *Gender & Society, 19*(6), 829–859. https://doi.org/10.1177/0891243205278639

Correa, T., Hinsley, A. W., & De Zuniga, H. G. (2010). Who interacts on the Web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior, 26*(2), 247–253. https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.09.003

De Ridder, S., & Van Bauwel, S. (2015). Youth and intimate media cultures: Gender, sexuality, relationships, and desire as storytelling practices in social networking sites. *Communications, 40*(3), 319–340. https://doi.org/10.1515/commun-2015-0012

Ekström, M., Olsson, T., Shehata, A. (2014). Spaces for public orientation? Longitudinal effects of Internet use in adolescence. *Information, Communication & Society, 17*(2), 168–183. https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.862288

Eurostat. (2022). *Level of internet access* – households. https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tin00134/default/table?lang=en

Gerlich, R. N., Drumheller, K., Babb, J., & De'Armond, D. A. (2015). App consumption: An exploratory analysis of the uses & gratifications of mobile apps. *Academy of Marketing Studies Journal, 19*(1), 69–79. https://www.abacademies.org/articles/amsjvol19no12015.pdf

Gerodimos, R. (2017). From "being tethered" to "going unplugged": media addiction and the role of unplugging as a transformative tool of digital literacy. In Abreu, B. S. de, Mihailidis, P., Lee, Alice Y.L., Melki, J., & McDougall, J. (Eds.), *International handbook of media literacy education* (pp. 337–353). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315628110

Gil de Zúñiga, H., Weeks, B., & Ardèvol-Abreu, A. (2017). Effects of the news-finds-me perception in communication: Social media use implications for news seeking and learning about politics. *Journal of Computer-Mediated Communication, 22*(3), 105–123. https://doi.org/10.1111/jcc4.12185

Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In Gillespie, T., Boczkowski, P. J., & Foot, K. A. Foot (Eds.), *Media technologies. Essays on communication, materiality, and society* (pp. 167–193). MIT Press.

Gurevitch, M., Coleman, S., & Blumler, J. G. (2009). Political communication - old and new media relationships. *Annals of the American Academy of Political and Social Science, 625*(1), 164–181. https://doi.org/10.1177/0002716209339345

Hepp, A. (2013). The communicative figurations of mediatized worlds: Mediatization research in

times of the 'mediation of everything'. *European Journal of Communication, 28*(6), 615–629. https://doi.org/10.1177/0267323113501148

Huang, R. T. (2018). What motivates people to continuously post selfies? The moderating role of perceived relative advantage. *Computers in Human Behavior, 80*, 103–111. https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.11.007

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture*. New York University Press.

Jenkins, H., Ito, M., & boyd, D. (2016). *Participatory culture in a networked era*. Polity Press.

Kemp, S. (2022, February 15). *Digital 2022: Portugal*. DataReportal. https://datareportal.com/reports/digital-2022-portugal

Khadir, F., Ravindranath, V., & Sen, R. (2021). Factors that influence users in selecting mobile apps- a study on Facebook and Facebook Lite. *Journal of Public Value and Administrative Insight, 4*(1), 24–36. https://doi.org/10.31580/jpvai.v4i1.1571

Lee, H., & Yang, J. (2014). Political knowledge gaps among news consumers with different news media repertoires across multiple platforms. *International Journal of Communication, 8*, 597–617. https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2455/1087

Lee, N. J., Shah, D. V., & McLeod, J. M. (2013). Processes of political socialization: A communication mediation approach to youth civic engagement. *Communication Research, 40*(5), 669–697. https://doi.org/10.1177/0093650212436712

Light, B. (2014). *Disconnecting with social networking sites*. Palgrave Macmillan.

Light, B. (2016). The rise of speculative devices: Hooking up with the bots of Ashley Madison. *First Monday, 21*(6). http://dx.doi.org/10.5210/fm.v21i6.6426

Livingstone, S., Couldry, N., & Markham, T. (2007). Youthful steps towards civic participation: does the Internet help? In Loader, B.D. (Ed.), *Young citizens in the digital age: political engagement, young people and new media* (pp. 21–34). Routledge.

Lupton, D. (2019). 'It's made me a lot more aware': a new materialist analysis of health self-tracking. *Media International Australia, 171*(1), 66–79. https://doi.org/10.1177/1329878X19844042

Mollen, A., & Dhaenens, F. (2018). Audiences' coping practices with intrusive interfaces: Researching audiences in algorithmic, datafied, platform societies. In Das, R., & Ytre-Arne, B. (Eds.), *The future of audiences: A foresight analysis of interfaces and engagement* (pp. 43–60). Palgrave Macmillan.

Moreno, M., Whitehill, J. M. (2016). #Wasted: the intersection of substance use behaviors and social media in adolescents and young adults. *Current Opinion in Psychology, 9*, 72–76. https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.10.022

Ohme, J. (2020). Mobile but not mobilized? Differential gains from mobile news consumption for citizens' political knowledge and campaign participation. *Digital Journalism, 8*(1), 103–125. https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1697625

Ohme, J. (2020). Mobile but not mobilized? Differential gains from mobile news consumption for citizens' political knowledge and campaign participation. *Digital Journalism, 8*(1), 103–125. https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1697625

Omena, J. J., Rabello, E. T. e Mintz, A. G. (2020). Digital methods for hashtag engagement research. *Social Media + Society*, *6*(3). https://doi.org/10.1177/2056305120940697

O'Reilly, M., Dogra, N., Whiteman, N., Hughes, J., Eruyar, S., & Reilly, P. (2018). Is social media bad for mental health and wellbeing? Exploring the perspectives of adolescents. *Clinical child psychology and psychiatry*, *23*(4), 601–613. https://doi.org/10.1177/1359104518775154

Pacheco, L., Torres da Silva, M., Brites, M. J., Henriques, S., & Damásio, M. J. (2017). Patterns of European youngsters' daily use of media. *Observatório (OBS*), 11*(4), 1–18. https://doi.org/10.15847/obsOBS11420171107

Pinto, P. A., Antunes, M. J. L., & Almeida, A. M. P. (2021, June). Portuguese National Health Service on Instagram: University students' perception of@ sns_pt content in the COVID-19 pandemic. In *2021 16th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)* (pp. 1–6). IEEE. https://www.doi.org/10.23919/CISTI52073.2021.9476520

Prom Tep, S., Arcand, M., & Diotte, S. K. (2020). The smartphone, not the tablet, now rules the mobile banking experience. *Journal of Digital Banking, 5*(2), 155–162. https://hstalks.com/article/5923/the-smartphone-not-the-tablet-now-rules-the-mobile/

Schrøder, K. C. (2011). Audiences are inherently cross-media: Audience studies and the cross-media challenge. *CM Komunikacija i mediji,* 18(6), 5–27. http://see-articles.ceon.rs/data/pdf/1452-7405/2011/1452-74051118005S.pdf

Silveirinha, M. J., Simões, R. B., & Santos, T. (2020). Him too? Cristiano Ronaldo and the news coverage of a rape case allegation. *Journalism Practice, 14*(2), 208–224. https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1693279

Simões, R. B., & Amaral, I. (2022/*Forthcoming*). Sexuality and self-tracking apps: Reshaping gender relations and sexual and reproductive practices. In E. Rees (Org.), *The Routledge Companion to Gender, Sexuality and Culture*. Routledge.

Simões, R. B., & Silveirinha, M. J. (2019). Framing street harassment: Legal developments and popular misogyny in social media. *Feminist Media Studies*, 1-17. https://doi.org/10.1080/14680777.2019.1704816

Sinkkonen, H. M., Puhakka, H., & Meriläinen, M. (2014). Internet use and addiction among Finnish adolescents (15–19 years). *Journal of adolescence*, *37*(2), 123–131. https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2013.11.008

Song, S., Zhao, Y. C., Yao, X., Ba, Z., & Zhu, Q. (2021). Short video apps as a health information source: an investigation of affordances, user experience and users' intention to continue the use of TikTok. *Internet Research, 31*(6), 2120–2142. https://doi.org/10.1108/INTR-10-2020-0593

Thulin, E., & Vilhelmson, B. (2019). More at home, more alone? Youth, digital media and the everyday use of time and space. *Geoforum, 100*, 41–50. https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2019.02.010

Twenge, J. M. (2017). *iGen: why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy – and completely unprepared for adulthood*. Simon and Schuster.

Van Dijck, J. (2014). Datafication, dataism and dataveillance: Big data between scientific paradigm and ideology. *Surveillance & Society*, *12*(2), 197–208. https://doi.org/10.24908/ss.v12i2.4776

Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.

Vieira, J., & Sepúlveda, R. (2017). A autoapresentação dos portugueses na plataforma de online dating Tinder. *Observatório (OBS*), 11*(3), 153–185. https://doi.org/10.15847/obsOBS11320171150

Wajcman, J. (2007). From women and technology to gendered technoscience. *Information, Community and Society, 10*(3), 287–298. https://doi.org/10.1080/13691180701409770

Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: an International Journal, 16*(4), 362–369. https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041

Zhang, J., Calabrese, C., Ding, J., Liu, M., & Zhang, B. (2018). Advantages and challenges in using mobile apps for field experiments: A systematic review and a case study. *Mobile Media & Communication, 6*(2), 179–196. https://doi.org/10.1177/2050157917725550

Financiamento

Este artigo enquadra-se no âmbito de um projeto financiado pela FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia: *MyGender* – Práticas mediadas de jovens adultos: promover justiça de género nas e através de aplicações móveis, com a referência PTDC/COM-CSS/5947/2020.

Notas biográficas

Inês Amaral é Professora Associada da Secção de Comunicação do Departamento de Filosofia, Comunicação e Informação (DFCI) da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. É subdiretora do DFCI, coordenadora da Secção de Comunicação e diretora do 1º ciclo de estudos em Jornalismo e Comunicação. Doutorada em Ciências da Comunicação (especialidade em Media Interativos) pela Universidade do Minho, onde é investigadora integrada do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. É investigadora associada do Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra.

Tem desenvolvido investigação sobre sociabilidades nas redes sociais digitais; participação e *media* sociais; género e *media*; literacia mediática e digital; tecnologias e envelhecimento ativo; audiências e consumos mediáticos na era digital.

Ciência ID: F915-37F1-0A8D
ORCID iD: 0000-0003-4929-4866
Scopus Author Id: 57189588894
Web of Science ResearcherID:V-2115-2017
Morada: Largo da Porta Férrea, 3004-530, Coimbra, Coimbra, Portugal

Ana Marta M. Flores tem doutoramento e mestrado em jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (Brasil) com conclusão parcial na Universidade de Lisboa (Portugal), e é formada em Comunicação Social e Jornalismo. Atualmente, investiga como os estudos de tendências e métodos digitais podem contribuir para uma melhor compreensão da inovação no jornalismo. Flores também é investigadora do Instituto de Comunicação da NOVA (ICNOVA/ iNOVA Media Lab), do Centro de Estudos e Produção em Hipermídia Aplicada ao Jornalismo (Nephi-Jor/UFSC/Brasil), e do Laboratório de Gestão de Tendências e Cultura (Universidade de Lisboa).

Desde 2014, leciona em cursos de pós-graduação com foco em *media* digital, jornalismo e estudos de tendências.

Ciência ID: 1A12-B875-A161
ORCID iD: 0000-0002-5078-5534
Morada: Av. de Berna, 26 C, 1069-061 Lisboa, Portugal

Eduardo Antunes é estudante do Doutoramento em Ciências da Comunicação da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, instituição na qual concluiu o Mestrado em Jornalismo e Comunicação com uma dissertação centrada no orientalismo, género e representações mediáticas de mulheres que usam burkinis. Radialista e ex-diretor de programas na RUC – Rádio Universidade de Coimbra, é bolseiro de investigação do projeto MyGender – Práticas mediadas de jovens adultos: promover justiça de género nas e através de aplicações móveis,

com referência PTDC/COM-CSS/5947/2020. Procura desenvolver investigação sobre as dinâmicas do orientalismo e de género nos *media*.

Ciência ID: F119-78DC-B4B4

ORCID iD: 0000-0003-1372-8052

Morada: Largo da Porta Férrea, 3004-530, Coimbra, Coimbra, Portugal

Como citar

Inês Amaral, I., Flores, A.M., & Antunes, E. (2022). Desafiando imaginários: práticas mediadas de jovens adultos em aplicações móveis. *Revista Media & Jornalismo, 22*(41), 141-160. https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_8

Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição-Não Comercial 4.0 Internacional.

Confiança e uso dos media na União Europeia: determinantes sociomediáticas da confiança nas autoridades locais e regionais

Trust and media use in the European Union: socio-media determinants of trust in local and regional authorities

https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_9

João Carlos Sousa
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa. Centro de Investigação e Estudos de Sociologia, Portugal
joao.carlos.sousa@iscte-iul.pt

Ana Pinto-Martinho
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa. Centro de Investigação e Estudos de Sociologia, Portugal
ana_isabel_martinho@iscte-iul.pt

Submetido: 2022/03/29 | Aceite: 2022/07/04
Submitted: 2022/03/29 | Accepted: 2022/07/04

Resumo

Compreender quais são os fatores sociomediáticos que impactam a confiança dos cidadãos nas autoridades locais e regionais revela-se de extrema importância, em sociedades crescentemente polarizadas. O presente trabalho pretende, através do uso de dados do Eurobarómetro, com um total de 27 746 participantes dos 28 Estados-Membros da União Europeia, contribuir para uma clarificação do papel dos *media* na promoção da confiança nas instituições locais e regionais. A operacionalização passa pela implementação de um modelo de regressão logística que permita medir o impacto dos *media* e as determinantes socioeducacionais na confiança nestas instituições de proximidade. A demonstração empírica permitiu concluir que quem confia e usa os *media* tradicionais tende a ter maiores probabilidades de confiar nas autoridades locais e regionais. Estas evidências remetem-nos para a ideia de que os maiores utilizadores dos *media* digitais devem ser o foco de políticas públicas que visem a literacia mediática e digital. Deste combate depende a democraticidade das sociedades europeias.

Palavras-chave

confiança nos *media*, uso dos *media*, confiança nas autoridades locais/regionais, Eurobarómetro

Abstract

Understanding which socio-media factors can impact citizens' trust in local and regional authorities is extremely important in increasingly polarized societies. The

present work aims, through the use of Eurobarometer data, with a total of 27,746 participants from the 28 Member States of the European Union, to contribute to a clarification of the role of the media in promoting trust in local and regional institutions. Operationalization involves the implementation of a logistic regression model, which makes it possible to measure the impact of the media and socio-educational determinants on trust in these proximity institutions. The empirical demonstration allowed us to conclude that those who trust and use traditional media tend more likely to trust local and regional authorities. This evidence leads us to the idea that the biggest consumers of digital media should be the focus of public policies aimed at media and digital literacy. The democracy of European societies depends on this struggle.

Keywords

trust in the media, media use, trust in local/regional authorities, eurobarometer

1. Introdução

Em vastas áreas do território a ligação entre cidadão e Estado é esparsa, intermitente e de certa forma bastante limitada. Ao nível político e institucional, em Portugal, a articulação faz-se sobretudo através da avaliação do desempenho das autoridades locais e regionais, como são os casos das câmaras municipais e juntas de freguesia (Teles, 2021). A capilaridade do poder local e regional pode ser ilustrada pela existência, em Portugal, de 308 concelhos e 3091 juntas de freguesia, incluindo as Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira.

Em 1963, Almond e Verba salientaram que era sobretudo através da televisão e da rádio, e cada vez menos dos jornais, que uma boa parte da população tomava conhecimento das decisões que iriam impactar as suas vidas quotidianas. Deste modo, postula-se que os *media* desempenham um papel central na socialização política e na formação de cidadãos mais capazes e ativos na esfera pública.

Parte da socialização política dos europeus é feita através do consumo de notícias, portanto com mediação jornalística e muito particularmente através da televisão. É perniciosa a ideia de que quanto mais atenção e visibilidade dos *media*, maiores níveis de confiança política (Sousa *et al*., 2020). Por outras palavras, diríamos que a maior visibilidade nem sempre é conducente a uma melhoria da imagem dos responsáveis políticos locais e regionais, bem como das próprias instituições.

A condição contemporânea, em antagonismo com as sociedades eminentemente rurais, caracteriza-se pela forte erosão dos laços sociais e comunitários, que calibram os elos de solidariedade e de coesão entre os seus membros. Por conseguinte, de acordo com Belchior (2015), assiste-se à passagem progressiva de sociedades baseadas na confiança para sociedades onde predomina a desconfiança.

O debate pode ser sintetizado em dois eixos de reflexão neste domínio: por um lado, postula-se que o crescente desinteresse pela política e pelas questões de interesse coletivo se ficam a dever ao maior e mais intenso consumo de conteúdos de entretenimento (Almond & Verba, 2015; Figueiras, 2017). A consequência, em parte, é o desinteresse da vida pública, por largas categorias sociais, mas também uma forte segmentação dos conteúdos informativos. Por outro lado, a demonstração empírica

nas últimas décadas sublinha o papel catalisador dos *media* e, mais recentemente, dos *media* sociais na disseminação de conteúdos informativos que possam alimentar uma esfera pública vigorosa e dinâmica (Deseriis, 2021; Sebastião & Viegas, 2021). Depreende-se que estas duas correntes, tendo algo de complementar, no essencial antagonizam-se. Dada a sua importância, queremos contribuir para este debate com a medição do papel dos fatores sociomediáticos para a confiança nas autoridades locais e regionais, considerando a escala europeia para esta reflexão.

2. Confiança nas autoridades locais e regionais: usos e consumos mediáticos

O papel da confiança enquanto facilitadora da ação, particularmente numa sociedade com excesso de informação, onde não se pode conhecer tudo com grande profundidade, mas onde também não se pode deixar de agir, era já um aspeto importante da teorização de Simmel (Mota, 2017). E se olharmos para a confiança em termos antropológicos, reconhece-se que ela é uma condição fundamental nas democracias liberais, uma vez que estas se alicerçam na cooperação entre os seus membros. A confiança é, assim, fundamental no funcionamento das instituições, permitindo às sociedades e comunidades atingirem os seus mais diversos objetivos.

Os *media* e a confiança estão fortemente imbricados por diversos elementos, sobretudo como agentes de socialização política dos atores (Belchior, 2015). No fundo, trata-se da adesão dos atores às regras e instituições que estruturam as sociedades democráticas (Daskalopoulou, 2019) e em particular a adesão dos atores aos mecanismos democráticos tais como as autoridades locais e regionais. A confiança política (Schneider, 2017), tal como a confiança nas autoridades locais e regionais (Schoors *et al.*, 2018) está fortemente enraizada em idiossincrasias culturais e sociais e também mediáticas das próprias comunidades (Hjarvard, 2013).

O pós-guerra marcou o arranque da área de estudos da comunicação política e da opinião pública (Lazarsfeld *et al.*, 1944). Os *media*, ao tornarem-se uma instituição semiautónoma (Hjarvard, 2013), passaram a ser incontornáveis nas sociedades da modernidade tardia, possibilitando a interação e comunicação descentralizada (Castells, 2007), impactando também em domínios como a sua eficiência política, nomeadamente ao tornarem as diferentes opiniões públicas mais sensíveis a determinadas causas e problemas.

É permanente e de acelerada intensidade a interação entre o sistema político e o ecossistema mediático, estando ambos fortemente ancorados às estruturas de poder (Norris & Inglehart, 2009). Deste modo, a estruturação do sistema mediático e a apropriação dos *media* estão inscritas nas estruturas sociais (Iyengar & Kinder, 2010). A constituição da esfera pública passa por uma intensa simbiose entre instituições que legitimam a ação do Estado e os *media* (Habermas, 1989). A confiança nas instituições (Putnam, 1993), resulta de uma súmula em que intervêm instituições, relações de poder, mas também a ação dos meios de comunicação social.

Putnam (2000) defende que a erosão da confiança nas instituições, na sociedade norte-americana, está associada à crescente relevância dos meios de comunicação, em particular da televisão. Contudo, esta perspetiva tem vários detratores (cf. Scheufele & Shah, 2000; Uslaner, 2003; Schmitt-Beck & Wolsing, 2010), que alegam

que é também graças à televisão, e aos restantes meios de comunicação social tradicionais, que largas categorias sociais fazem a sua socialização política.

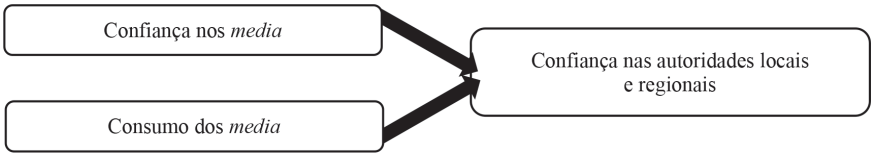
Ainda do ponto de vista da análise da relação entre os *media* e a confiança nas instituições, deve-se também atender à tipologia de conteúdos veiculados por cada *media*, de forma a poder aferir-se acerca do impacto junto das suas respetivas audiências (Beaudoin & Thorson, 2004; Scheufele & Shah, 2000). A título ilustrativo, pode dar-se o exemplo da televisão que, ao estabelecer interação com atores, assume um padrão unidirecional de comunicação, em antagonismo com a generalidade dos *media* digitais (Marichal, 2012). No fundo, a arquitetura dos *media* é também um elemento condicionador.

Nesta linha, Riddle (2010) demonstra que a influência da televisão e dos seus conteúdos, na fase inicial da vida, tem efeitos prolongados na construção das disposições políticas e culturais dos atores. A potencial influência dos *media* é complexa e envolve um conjunto muito diverso de aspetos como: a instituição, ou a privacidade, o cálculo da confiança, a qualidade da informação (Cheng *et al*., 2017).

Por conseguinte, demonstrou-se que existem fatores político-culturais, que condicionam a confiança nas instituições, em contextos de transição democrática recentes (Markov & Min, 2020), bem como fatores educacionais (Belchior, 2015) e uma maior participação feminina na esfera pública (Vidal-Correa, 2020). Mas também existem diferenças considerando a propriedade, como foi observado na Alemanha (Arlt *et al*., 2020), ao concluírem que o maior uso e exposição aos *media* públicos tende a estar associado a uma maior satisfação com o desempenho político, ao passo que o uso e exposição aos *media* privados tende a incrementar a desconfiança política.

A nível europeu ainda encontramos diferenças no que respeita aos níveis de confiança, uma vez que os países ibéricos e as sociedades pós-soviéticas se destacam pelos baixos níveis de confiança nas instituições (Marozzi, 2015) ao invés dos países da Europa Central. As especificidades decorrentes de determinantes históricas e também mediáticas são elementos relevantes no relacionamento com a esfera institucional.

Figura 1 – Modelo de investigação



2.1. Confiança nos media

Em geral a confiança nas instituições assenta, mais do que tudo, no poder relacional, sobre o qual se consolidam as práticas sociais quotidianas e as tornam relativamente previsíveis. Cabelkova *et al*. (2015) demonstraram que a confiança nos *media* é um robusto indicador de proximidade à esfera política e institucional. Por

seu lado, Strömbäck (2020) evidencia que o uso e consumo de *media* está correlacionado com a confiança nos *media*.

A confiança nos *media* assenta em: confiança na seleção dos temas; confiança na seleção dos factos; confiança na precisão das representações; confiança na avaliação jornalística (Gunther & Lasorsa, 1986). Posteriormente, Kohring e Matthes (2007a e 2007b) postularam a confiança nos *media* como um fator hierárquico composto por: seleção dos temas, escolha dos factos, na precisão das representações e na avaliação jornalística, revelando-se ainda hoje um estudo prolífico (cf. Yale *et al*., 2015; Prochazka & Schweiger, 2019). Estes autores, com estas categorizações, permitem-nos identificar aspetos através dos quais os atores avaliam a confiança nos *media*.

Os *media* nas sociedades mediatizadas têm implicações nas mais diversas esferas sociais (Hjarvard, 2013). A preponderância dos *media* nas práticas quotidianas é diversa e multidimensional, uma vez que não se trata apenas de consumos mediáticos, mas também da confiança que os *media* inspiram entre as comunidades.

Nas últimas décadas assiste-se a uma tendência generalizada de descida dos níveis de confiança nos *media* nas sociedades democráticas ocidentais (Jones, 2018; Reuters, 2019). Em Portugal, apesar da tendência de descida, os níveis de confiança têm-se mantido superiores comparativamente aos seus congéneres europeus (Silva *et al*., 2017a; Silva *et al*., 2017b).

A esta mudança não será alheia a multiplicação das redes sociais digitais e de canais e fontes noticiosas, que proliferam no ambiente digital e que incrementam a desconfiança relativamente aos *media* tradicionais (Daniller *et al*., 2017). Fenómeno particularmente visível entre os mais jovens (Fišer & Mišič, 2015). Atores com menores níveis de confiança nos *media* tradicionais estão mais predispostos a aceder a fontes alternativas, bem como a envolverem-se em atividades cívicas e políticas *online* com maior frequência, comparativamente aos que têm maior confiança nos *media* e marcas tradicionais (Fletcher & Park, 2017). Com efeito, é possível inferir que existe uma emergente clivagem entre os atores que confiam nos *media* tradicionais e os que dizem confiar nos *media* digitais. Diferenças que, a verificarem-se, podem ter a montante a influência de fatores socioeconómicos e educacionais.

Turcotte *et al*. (2015) demonstram a relevância social e política da confiança interpessoal no funcionamento da vida democrática ao estabelecerem uma forte associação entre a credibilidade das notícias e a reputação dos *opinion makers*. Em especiais circunstâncias, como eventos catastróficos, as fontes de informação mais credíveis são os *media* sociais (Williams *et al*., 2018), como acontece, por exemplo, com os incêndios florestais. Nestas circunstâncias, os *media* digitais constituem-se como privilegiados meios de disseminação e de consumo de conteúdos informativos. A existência de hiperligações nos artigos está relacionada com maiores níveis de confiança (Verma *et al*., 2017). Ora, em circunstâncias sociais excecionais, como catástrofes, os atores são propensos a confiar mais nos *media* digitais. Talvez essa nuance esteja associada à facilidade e portabilidade de artefactos tecnológicos como o *smartphone*, que possibilitam o acesso a estes *media*, bem como à rapidez de atualização destes *media*.

2.2. Esfera pública local: o papel do jornalismo e os media locais

Com a diversificação dos canais informativos, em formato tradicional (ex.: estações de televisão de notícias 24 horas por dia) ou por via das plataformas digitais, intensificou-se a tendência para a priorização de conteúdos de entretenimento relativamente aos informativos (Prior, 2005). De entre o leque de implicações está a menor propensão para a participação cívica e política na esfera pública. Deste modo, é lícito postular que a televisão por cabo e a internet vieram interpor novas desigualdades no acesso à informação.

De uma outra perspetiva, também as práticas jornalísticas da imprensa local podem contribuir para a maior seletividade no acesso à esfera pública local (Morais & Sousa, 2013). Nesta linha de pensamento, também Hayes e Lawless (2018) demonstraram o crescente desinteresse por parte dos *media* nacionais por notícias locais e regionais, tendo este facto consequências negativas na atividade cívica e política.

Para Jangdal (2020), os *media* locais cumprem uma função essencial à democracia, independentemente de serem tradicionais ou digitais, ao monitorizarem a democraticidade das instituições políticas locais.

A simples existência de meios locais, como televisões, ou jornais e rádios, não é garantia de que os problemas da comunidade estão a ter a devida atenção. De acordo com LeBeau (2018), as estações de notícias locais tendem a seguir tendências nacionais como o hiperagendamento de crimes ou o tráfego e informações ao consumidor, preterindo questões relacionadas com a governação local. A diversidade de conteúdos na imprensa local e regional constitui-se como uma questão central quando estamos perante territórios com problemas económicos e sociais (Jenkins, 2019). Os *media* locais também podem desempenhar um papel fundamental na discussão dos planos educativos alternativos a nível regional (Smith & Benavot, 2019).

O uso dos *media* tem sido um campo de crescente interesse em face da gradual relevância da mediatização das diferentes esferas sociais (Naab *et al*., 2019). Uma forma recente deste maior interesse nos *media* e dos seus conteúdos noticiosos sobre as disposições políticas passa pela definição de perfis de consumidores de notícias. A este respeito, Strömbäck *et al*. (2018) identificaram cinco categorias de consumidores de notícias: minimalistas, consumidores de notícias públicas, consumidores de notícias locais, consumidores de notícias de *media* sociais e consumidores de notícias *online* populares.

No contexto amplo do sudeste asiático foi possível verificar que o Twitter foi apropriado para debater notícias de índole local (Xu & Feng, 2014). Também no Canadá, mais propriamente em Otava, o Twitter foi utilizado para encetar o debate em torno das eleições locais (Raynauld & Greenberg, 2014). Estes casos ilustram a efetiva apropriação construtiva das plataformas digitais, em particular durante períodos eleitorais, como é o caso das eleições autárquicas.

A sensação de proximidade entre jornalistas e atores que usam os *media* digitais pode incrementar a interação e a qualidade do debate e do trabalho jornalístico (Dohle, 2018). Mas, por outro lado, os comentários negativos também podem acicatar tensões latentes entre utilizadores e jornalistas (Prochazka *et al*., 2018; Naab *et al*., 2020). Esta espécie de dualidade pode acarretar mal-entendidos ou mesmo conflitos em contextos de menor dimensão como é o caso da imprensa local.

A relevância do jornalismo local é expressa por Pedro Coelho (2016) quando defende uma maior proximidade entre estruturas de ensino e jornalismo local. O jornalismo cidadão (Correia, 2012) e de proximidade (Camponez, 2002) tendem a envolver um maior número de cidadãos, até aqui afastados da esfera pública (Ardèvol-Abreu *et al.*, 2018), envolvendo e criando iniciativas cívicas e comunitárias. Esta é uma relevante linha de clivagem teórica, uma vez que não é de todo consensual a perspetiva de que a internet e todo o espaço digital sejam efetivamente uma oportunidade de melhoramento da esfera pública local (Boeder, 2005; Dahlberg, 2007). O papel dos *media* locais faz-se sentir mais além do mero contexto eleitoral; como refere Wahl-Jorgensen (2019), estes podem ser atores ativos no apoio a iniciativas cívicas e de mobilização das populações, de forma a sensibilizar e a alertar o poder central.

Em última análise, estas iniciativas poderão implicar o empoderamento parcial dos membros das comunidades (Ksiazek, 2018), mas também a subida dos níveis de confiança nas autoridades locais e regionais (Lanin & Hermanto, 2019). Com efeito, é expectável que maiores níveis de confiança nos *media*, tal como o seu uso mais intenso, possam estar associados a níveis mais elevados de confiança nas autoridades locais, uma vez que são atores potencialmente envolvidos na esfera política e institucional. Nenhuma pesquisa até ao momento equacionou o papel dos *media* na dupla vertente: da confiança e usos mediáticos; e da confiança no poder local e regional. No fundo procuramos perceber: que fatores sociomediáticos impactam na confiança que se deposita nas autoridades locais e regionais.

3. Desenho da pesquisa

Pretendemos com este trabalho estudar a contribuição dos *media* para a confiança nas autoridades locais e regionais com recurso a análise multivariada (Carvalho, 2017; Maroco, 2010). Para tal, consideram-se três grupos de variáveis: confiança nos *media*; uso dos *media* (variáveis independentes) e confiança nas autoridades locais e regionais (variável dependente). Escolheu-se a edição de novembro de 2017 do Eurobarómetro para análise, por nesse período se terem realizado eleições autárquicas em diversos países da UE, incluindo Portugal; por ser possível identificar dinâmicas e traços transversais do papel dos *media* para a esfera pública local; e ainda porque permite perceber como os *media* impactam a confiança nas autoridades locais e regionais, no seio da UE.

3.1. Participantes

Tendo uma frequência regular, os módulos do Eurobarómetro com enfoque nos *media* e na confiança nas instituições são recorrentes, permitindo monitorizar o evoluir da opinião pública em aspetos tão relevantes como a confiança nas autoridades locais e regionais. A amostra probabilística é composta por 27 746 inquiridos, distribuídos pelos 28 Estados-Membros da União Europeia à data.

3.2. Medidas e indicadores

Faz-se uso de um conjunto diversificado de variáveis. Para a caracterização social e demográfica, o sexo, a idade e a escolaridade. A medição da confiança nos *media* é operacionalizada com os itens relativos à televisão, rádio, imprensa escrita, internet e redes sociais digitais. Os itens que medem os consumos são: televisão, rádio, imprensa escrita, internet e redes sociais digitais. Nas duas subsecções seguintes descrevemos as medidas e a construção de indicadores compósitos.

3.2.1. Confiança nos media

Estes indicadores têm como categorias operacionais "tendo a confiar" e "tendo a não confiar". Com o objetivo de lhes adicionar legibilidade, procedemos à sua recodificação de forma a que a maiores níveis de confiança correspondam valores mais elevados, sem desvirtuar os dados. Desta forma, as medidas destes indicadores passaram a: 1 – Tende a não confiar e 2 – Tende a confiar. Dada a sua natureza nominal e de forma a verificar a associação de cinco indicadores de confiança nos *media*, realizou-se uma Análise de Correspondências Múltiplas (ACM).

Tabela 1 – Medidas de discriminação da confiança nos *media* nas duas dimensões ACM

	Dimensões		média
	1	2	
Confiança na imprensa	**,670**	,081	,376
Confiança na rádio	**,691**	,125	,408
Confiança na televisão	**,705**	,093	,399
Confiança na internet	,340	**,484**	,412
Confiança nas redes sociais digitais	,259	**,561**	,410
Totais	2,666	1,344	2,005

Fonte: Elaboração própria a partir Eurobarómetro 2017 (88.3 ZA 6928)

Face aos dados da ACM optou-se por construir dois indicadores compósitos que resultam da agregação dos três sectores de *media* tradicionais: imprensa, rádio e televisão, dando lugar à variável compósita "confiança nos *media* tradicionais", confirmado com um Alfa Cronbach de 0,810. Por outro lado, os *media* digitais, internet e redes sociais digitais, agregam-se em confiança nos *media* digitais, corroborado com um Spearman-Brown de 0,747.

3.2.2. Consumo de media

A utilização dos *media* é operacionalizada por um total de cinco indicadores: vê televisão numa televisão; ouve rádio; lê revistas e jornais; usa a internet; usa as re-

des sociais *online*. Indicadores que também foram invertidos de modo a tornar mais intuitiva a interpretação dos resultados. As medidas de mensuração destes indicadores consistem em: 1 – Nunca; 2 – Menos frequência; 3 – Duas a três vezes por mês; 4 – Cerca de uma vez por semana; 5 – 2 ou 3 vezes por semana; 6 – Todos os dias ou quase todos os dias. Em face da sua natureza quantitativa, implementou-se uma Análise de Componentes Principais (ACP) de forma a discernir possíveis associações entre estes indicadores.

Tabela 2 – *Loadings* das variáveis nas duas dimensões ACP

	Componentes	
	1	2
Televisão	-,314	,402
Rádio	,122	**,782**
Imprensa	,060	**,774**
Internet	**,895**	,139
Redes sociais digitais	**,887**	-,030

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

Fonte: elaboração própria a partir do Eurobarómetro de novembro de 2017 (88.3 ZA 6928)

Embora os resultados preliminares da ACP indiciem a associação entre rádio e imprensa, numa só dimensão, o Spearman-Brown de 0,502 não permite a agregação, numa compósita, destes dois indicadores, tendo, por isso, sido introduzidos no modelo separadamente. Para além disso, optou-se ainda pela exclusão do indicador "uso de televisão" dada a não discriminação entre dimensões, ou seja, dado que o uso massificado entre os inquiridos não tem qualquer capacidade explicativa. Finalmente, a compósita de usos de *media* digitais composta por uso de internet e uso de redes sociais digitais apresenta uma medida de associação de 0,785 – Spearman-Brown, dando origem à variável compósita "uso de *media* digitais". Esta medida de associação permite calcular a associação entre dois itens, em alternativa ao Alpha Cronbach que mede para três ou mais itens.

3.2.3. Confiança nas autoridades regionais e locais

A variável dependente, confiança nas autoridades locais e regionais, é operacionalizada por uma medida que compreende "1 – tendo a não confiar" e "2 – tendo a confiar", após inversão. Dada a natureza nominal (qualitativa) da variável dependente, implementou-se um modelo assente na regressão logística do qual resultam os resultados apresentados na secção seguinte.

4. Resultados

Face à necessidade de resposta no conjunto total dos indicadores usados, o tamanho da amostra inicial, já anteriormente mencionado, ficou reduzido a 21 027 indivíduos distribuídos pelos 28 Estados-Membros da UE. Entre estes, verificamos que 52% declaram ser do sexo feminino, tendo uma idade média de aproximadamente 48 anos (dp 18,73). Em termos de escolaridade a média de 5,34 (dp 2,73), traduz-se em 18 anos de frequência escolar (cf. Tabela 3).

Tabela 3 – Estatísticas descritivas, confiabilidade e correlações entre as variáveis em estudo

Variáveis	média	DP	1	2	3	4	5	6	7	8
1 – Sexo[1]	,48									
2 – Idade	48,41	18,73	-,060**							
3 – Escolaridade	5,34	2,73	,037**	-,300**						
4 – Confiança *media* tradicionais[2]	1,56	,42	-,043**	,068**	,053**	(,810)				
5 – Confiança *media* digitais[3]	1,33	,42	,013*	-,124**	,069**	,315**	(,747)			
6 – Uso rádio	4,59	1,83	,033**	,044**	,118**	,130**	,000			
7 – Uso imprensa escrita	3,81	1,92	,050**	,151**	,141**	,198**	,007	,335**		
8 – Uso digital[4]	4,38	1,88	,040**	-,624**	,363**	-,023**	,183**	,111**	,057**	(,792)
9 – Confiança nas autoridades locais e regionais	1,54	,50	-,008	-,003	,083**	,324**	,098**	,127**	,175**	,039**

N = 21 027 Confiabilidade entre parêntesis.

Sexo: 0 – mulher, 1 – homem

Confiança na televisão; confiança na imprensa, confiança na rádio.

Confiança na internet; confiança nas redes sociais digitais.

Uso de internet; uso de redes sociais digitais.

* $p < ,05$ ** $p < ,01$

Fonte: elaboração própria a partir do Eurobarómetro de novembro de 2017 (88.3 ZA 6928)

No que respeita à confiança nos *media* tradicionais, 56% (dp ,42) dos inquiridos revelam confiar nos sectores de *media* ditos tradicionais (televisão, rádio e imprensa escrita); já em relação aos *media* digitais, a maioria (67%) dos inquiridos diz não confiar neles.

Quanto aos três indicadores de uso dos *media*, começando pela rádio, verificamos que a média se cifra nos 4,59 (dp 1,83), o que em termos substantivos se pode interpretar como uso diário. A leitura da imprensa escrita apresenta uma intensidade mais baixa ao registar 3,81 (dp 1,92), o que equivale a um uso de, pelo menos, uma vez por semana. Finalmente, o indicador compósito de uso de *media* digitais tem a média a cifrar-se nos 4,38 (dp 1,88). Em termos gerais, as correlações oscilam entre

o fraco e o moderado, sendo que as medidas de associação (ou confiabilidade) são fortes a moderadas, justificando a construção de indicadores compósitos. Embora as correlações da confiança na autoridade local e regional com as demais variáveis preditoras do modelo sejam baixas, na sua maioria, elas são estatisticamente significativas. Entre as que têm diferenças estatisticamente significativas, as correlações são positivas.

Genericamente podemos classificar o modelo implementado como razoável face à sua capacidade de precisão ao cifrar-se nos 65,4%, segundo o critério de Maroco (2010). Existem diferenças significativas entre os valores observados e os estimados ($X^2_{(8)}$ = 39,332, *p* <,001). A diferença entre o modelo só com a constante e o modelo com as preditoras é estatisticamente significativa ($X^2_{(8)}$ = 2635,949, p= ,000.).

Tabela 4 – Fatores explicativos da propensão para confiar nas autoridades locais e regionais (regressão logística binária)

	Exp(B)
Sexo (mulher)	,981
Idade	,999
Escolaridade	1,037*
Confiança nos *media* tradicionais	4,322*
Confiança nos *media* digitais	1,000
Uso da rádio	1,086*
Uso da imprensa escrita	1,119*
Uso dos *media* digitais	1,020
Nagelkerke R^2	,162
Model X^2 (8)	2635,949*

* p<0,001

Fonte: elaboração própria a partir do Eurobarómetro de novembro de 2017 (88.3 ZA 6928)

Entre as preditoras sociodemográficas o destaque vai para os anos de escolaridade, revelando-se um efeito positivo e estatisticamente significativo (Exp=1,037). No plano substantivo poder-se-á dizer que o aumento de um ano na escolaridade faz aumentar a confiança nas autoridades locais e regionais 3,7%. Tanto sexo como a idade revelam não ter um efeito estatisticamente significativo na confiança nas autoridades locais e regionais.

Relativamente ao conjunto de cinco preditoras de *media*, existem duas que não têm um efeito estatisticamente significativo. Tanto a confiança nos *media* digitais (Exp=1,000) como uso de *media* digitais (Exp=1,020) demonstram não ter qualquer capacidade explicativa na variação da confiança nas autoridades locais e regionais. Por seu lado, atemo-nos às que efetivamente revelam ter um efeito estatisticamente significativo. É o caso do indicador compósito de confiança nos *media* tradicionais (Exp=4,312), o que num plano mais prático pode ser lido como um incremento positivo (ou de incremento) em cerca de 332% na confiança nas autoridades locais e re-

gionais. É de facto a preditora com maior efeito estimado, daquelas que integram o modelo testado. Ouvir rádio tem um impacto positivo na confiança nas autoridades locais em cerca de 8,6% (Exp=1,086), na mesma ordem de grandeza a leitura da imprensa escrita tem um efeito positivo a cifrar-se nos 11,9% (Exp=1,119).

O modelo incluía, ainda, duas outras preditoras, confiança nos *media* digitais (Exp=1,000) e uso de *media* digitais (Exp=1,020), que por sinal não têm efeitos estatisticamente significativos.

5. Discussão e conclusão

Quando Ezra Klein (2020), na sua obra *Why we're polarized*, sugere um regresso dos meios de comunicação social ao local e ao regional, fá-lo norteado pela convicção de que o foco nas questões concretas das populações pode ter efeitos políticos relevantes nomeadamente no processo democrático a nível nacional, mas também junto das pequenas comunidades e poder, desta forma, mitigar a acentuada polarização política atual.

O pano de fundo da atual reflexão tem como eixo norteador, por um lado, as crescentes e visíveis disfuncionalidades das democracias liberais em lidar com o desinteresse e desconfiança relativamente às instituições que corporizam o Estado e o poder em geral e, por outro lado, perceber, ainda que de modo parcial, como os *media* podem contribuir para a mitigação das atuais insuficiências das democracias como o recrudescimento dos populismos (Serrano, 2020).

É relativamente pacífico que os *media*, em geral, beneficiam atores, potenciando a atividade pública e cívica. Contudo, só de forma muito parcelar pesquisas anteriores procuraram medir o impacto dos *media* na confiança nas instituições públicas e políticas e ainda menos relativamente ao poder autárquico. A presente pesquisa surge na interseção e sobreposição destas fronteiras delimitadas pelas pesquisas anteriores, tendo ainda a vantagem de analisar os 28 Estados-Membros da UE com amostras representativas. Deste modo, e dada a natureza e origem dos dados, a replicação da pesquisa com dados mais recentes, em particular relativos ao período pós-pandemia de Covid-19, pode aportar relevância acrescida dada a potencial erosão da confiança dos cidadãos nas suas estruturas de poder e, em particular, sobre as autoridades locais e regionais, que foram aquelas que em última instância estiveram em maior contacto no apoio às populações afetadas.

A opção pela inclusão dos 28 Estados-Membros da UE revelou-se pertinente tendo em conta o objetivo geral do estudo: desenvolver uma análise que permitisse medir de que forma os *media* impactam a confiança no poder local e regional, numa população total que ascende a 400 milhões.

A demonstração empírica produzida permite registar que, entre o conjunto de variáveis sociodemográficas, os mais elevados níveis de educação formal incrementam a confiança nas autoridades locais e regionais.

A compósita "confiança nos *media* tradicionais" é aquela que mais impacta positivamente na confiança nas autoridades locais e regionais. Ou seja, quem mais confia nos *media* tradicionais tem maior probabilidade de confiar nas autoridades locais e regionais. Ainda entre o conjunto de indicadores que incrementam a confiança no poder local e regional estão a leitura de imprensa escrita, bem como o uso da rádio.

Com efeito, pode-se considerar que a grande conclusão da presente pesquisa apresenta uma dupla vertente, o já mencionado papel determinante da confiança nos *media* tradicionais, mas também a inexistência deste efeito, quando considerados tanto a confiança como os consumos dos *media* digitais. No fundo, a leitura de jornais ou ouvir rádio ainda são os elementos que ligam com maior intensidade os atores à discussão das questões de interesse público e político, a nível local e regional. Referimo-nos à leitura de jornais, bem como às rádios, uma vez que na maioria dos países europeus a presença de televisões locais e regionais é relativamente escassa, como é o caso de Portugal.

O afastamento dos utilizadores de *media* digitais relativamente às instituições locais e regionais traduz-se em menores níveis de confiança. Esta tendência pode e deverá ser o ponto de partida para uma reflexão mais profunda sobre o papel dos *media*, em geral, e dos *media* digitais, em particular, nas democracias contemporâneas. Constitui-se como prioridade o desenvolvimento de políticas públicas no domínio da literacia digital e mediática, de modo a incrementar o empoderamento não só dos jovens, atualmente a realizar o seu percurso escolar e académico, mas também entre grupos etários mais velhos e vulneráveis, convergindo com necessidades já identificadas anteriormente (cf. Baptista e Silva, 2017). Os últimos anos têm assistido a uma democratização, no acesso às redes sociais digitais, de atores até aqui com um contacto esporádico e bastante fragmentado com os *media* e os conteúdos informativos. Consideramos os grupos etários mais velhos como mais vulneráveis, devido ao facto de se concentrarem nestas categorias os atores com menores níveis de escolaridade, tal como ficou demonstrado anteriormente.

Em síntese, diríamos que os *media*, em geral, impactam no plano político, nomeadamente na construção e fortalecimento das sinergias entre as populações locais e os seus representantes políticos mais próximos, os autarcas.

Com esta reflexão acreditamos contribuir para um melhor e mais profundo conhecimento do papel dos *media* junto das populações que em muitas circunstâncias se encontram mais distantes, não só fisicamente, como em termos percecionais, das grandes esferas de poder e onde os *media*, em geral, podem desempenhar um papel charneira de participação e empoderamento.

Bibliografia

Almond, G. A., & Verba, S. (1963). *An approach to political culture*. Princeton University Press.

Almond, G. A., & Verba, S. (2015). *The civic culture: Political attitudes and democracy in five nations*. Princeton university press.

Ardèvol-Abreu, A., Hooker, C. M., & Gil de Zúñiga, H. (2018). Online news creation, trust in the media, and political participation: Direct and moderating effects over time. *Journalism*, *19*(5), 611–631. https://doi.org/10.1177/1464884917700447

Arlt, D., Schumann, C., & Wolling, J. (2020). Upset with the refugee policy: Exploring the relations between policy malaise, media use, trust in news media, and issue fatigue. *Communications*, *45*(s1), 624–647. https://doi.org/10.1515/commun-2019-0110

Baptista, C., & Silva, M. T. da. (2017). Media diversity in Portugal: political framework and current challenges. *Media & Jornalismo*, *17*(31), 11–28. https://doi.org/10.14195/2183-5462_31_1

Beaudoin, C. E., & Thorson, E. (2004). Social capital in rural and urban communities: Testing differences in media effects and models. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *81*(2), 378–399. https://doi.org/10.1177/107769900408100210

Belchior, A. M. (2015). *Confiança nas instituições políticas*. FFMS.

Boeder, P. (2005). Habermas' heritage: The future of the public sphere in the network society. *First Monday, 10*(9). https://doi.org/10.5210/fm.v10i9.1280

Cabelkova, I., Hejlova, D., & Strielkowski, W. (2015). What factors predetermine trust in mass media and state institutions? Evidence from the Czech Republic. *The Social Sciences, 10*(1), 13–19. https://medwelljournals.com/abstract/?doi=sscience.2015.13.19

Camponez, C. (2002). *Jornalismo de proximidade*. Minerva.

Carvalho, H. (2017). *Análise multivariada de dados qualitativos. Utilização da Análise de Correspondências Múltiplas (ACM) com o SPSS*. Edições Sílabo.

Castells, M. (2007). *A Sociedade em rede. A era da informação: Economia, sociedade e cultura* (Vol. I, 3ª ed.). Fundação Calouste Gulbenkian.

Cheng, X., Fu, S., & de Vreede, G. J. (2017). Understanding trust influencing factors in social media communication: A qualitative study. *International Journal of Information Management*, *37*(2). 25–35. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.11.009

Coelho, P. (2016). O lugar da proximidade nos planos de formação em jornalismo. *Media & Jornalismo*, *16*(28), 89–108. https://doi.org/10.14195/2183-5462_28_6

Correia, J. C. (2012). As múltiplas faces da imprensa regional portuguesa: o jornalismo regional no contexto da comunicação comunitária. *Revista de Desenvolvimento Regional*, *17*(1), 5–18. https://doi.org/10.17058/redes.v17i1.2615

Dahlberg, L. (2007). The Internet, deliberative democracy, and power: Radicalizing the public sphere. *International journal of media & cultural politics*, *3*(1), 47–64. https://doi.org/10.1386/macp.3.1.47_1

Daniller, A., Allen, D., Tallevi, A., & Mutz, D. C. (2017). Measuring trust in the press in a changing media environment. *Communication Methods and Measures*, *11*(1), 76–85. https://doi.org/10.1080/19312458.2016.1271113

Daskalopoulou, I. (2019). Individual-level evidence on the causal relationship between social trust and institutional trust. *Social Indicators Research*, *144*(1), 275–298. https://doi.org/10.1007/s11205-018-2035-8

Deseriis, M. (2021). Rethinking the digital democratic affordance and its impact on political representation: Toward a new framework. *New media & society*, *23*(8), 2452–2473. https://doi.org/10.1177/1461444820929678

Dohle, M. (2018). Recipients' assessment of journalistic quality: Do online user comments or the actual journalistic quality matter? *Digital Journalism*, *6*(5), 563–582. https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1388748

European Commission, Brussels; Directorate General Communication COMM.A.1 ´Strategic Communication´ (2020). *Eurobarometer 86.2 (2016).* GESIS. https://doi.org/10.4232/1.13467

Figueiras, R. (2017). *A mediatização da política na era das redes sociais*. Alêtheia.

Fišer, S. Ž., & Mišič, K. U. (2015). Trust in media and perception of the role of media in society among the students of the University of Maribor. *Public Relations Review*, *41*(2), 296–298. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2014.11.007

Fletcher, R., & Park, S. (2017). The impact of trust in the news media on online news consumption and participation. *Digital Journalism*, *5*(10), 1281–1299. https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1279979

Gunther, A. & Lasorsa, D. L. (1986). Issue importance and trust in mass media. *Journalism Quarterly*, *63*(4), 844–848. https://doi.org/10.1177/107769908606300426

Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere*. The MIT Press.

Hayes, D., & Lawless, J. L. (2018). The decline of local news and its effects: New evidence from longitudinal data. *Journal of Politics, 80*(1), 332–336. https://doi.org/10.1086/694105

Hjarvard, S. (2013). *The mediatization of culture and society*. Taylor and Francis.

Iyengar, S., & Kinder, D. R. (2010). *News that matters: Television and American opinion*. University of Chicago Press.

Jangdal, L. (2020). Hyperlocals matter: Prioritising politics when others don't. *Journalism Practice*, *15*(4), 438-455. https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1739551

Jenkins, J. (2019). Journalism from the peripheries. From the Swiss-Italian media system to other local dimensions, ECREA 2018 special panel report. *Studies in Communication Sciences*, *19*(2), 227–232. https://doi.org/10.24434/j.scoms.2019.02.009

Jones, J. M. (2018, October 12). *U.S. Media trust continues to recover from 2016 low*. Gallup. https://news.gallup.com/poll/243665/media-trust-continues-recover-2016-low.aspx

Kalogeropoulos, A. (2019). *Digital news report 2019*. Reuters Institute. http://www.digitalnewsreport.org/survey/2019/how-younger-generations-consume-news-differently/

Klein, E. (2020). *Why we're polarized*. Profile Books Ltd.

Kohring, M., & Matthes, J. (2007). Trust in news media: Development and validation of a multidimensional scale. *Communication Research*, *34*(2), 231–252. https://doi.org/10.1177/0093650206298071

Ksiazek, T. B. (2018). Commenting on the news. *Journalism Studies*, *19*(5), 650–673. https://doi.org/10.1080/1461670x.2016.1209977

Lanin, D., & Hermanto, N. (2019). The effect of service quality toward public satisfaction and public trust on local government in Indonesia. *International Journal of Social Economics*, *46*(3), 377–392. https://doi.org/10.1108/IJSE-04-2017-0151

Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1968). *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. Columbia University Press.

LeBeau, C. (2018). Libraries and local news: Expanding journalism, another user service grounded in reference, reference and user services quarterly. *American Library Association*, *57*(4), 234–237. https://doi.org/10.5860/rusq.57.4.6698

Marichal, J. (2012). *Facebook democracy*. *The architecture of disclosure and threat to public life*. Ashgate.

Markov, Č., & Min, Y. (2020). The origins of media trust in a young democracy. *Communication & Society*, *33*(3), 67–84. https://doi.org/10.15581/003.33.3.67-84

Maroco, J. (2010). *Análise estatística com o PASW Statistics (ex-SPSS)*. ReportNumber.

Marozzi, M. (2015). Measuring trust in European public institutions. *Social Indicators Research*, *123*(3), 879–895. https://doi.org/10.1007/s11205-014-0765-9

Morais, R., & Sousa, J. C. (2013). As práticas jornalísticas na imprensa regional: a selecção das fontes e a promoção de desigualdades sociais. *Observatorio*, *7*(1), 187–204. https://doi.org/10.15847/obsOBS712013518

Mota, R. (2017). Simmel e a confiança. *Novos Rumos Sociológicos*, *5*(7), 25–39. https://doi.org/10.15210/norus.v5i7.11069

Naab, T. K., Heinbach, D., Ziegele, M., & Grasberger, M. T. (2020). Comments and credibility: How critical user comments decrease perceived news article credibility. *Journalism Studies*, *21*(6), 783–801. https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1724181

Naab, T. K., Karnowski, V., & Schlütz, D. (2019). Reporting mobile social media use: How survey and experience sampling measures differ. *Communication Methods and Measures*, *13*(2), 126–147. https://doi.org/10.1080/19312458.2018.1555799

Norris, P., & Inglehart, R. (2009). *Cosmopolitan communications: Cultural diversity in a globalized World*. Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/CBO9780511804557

Prior, M. (2005). News vs. entertainment: How increasing media choice widens gaps in political knowledge and turnout. *American Journal of Political Science*, *49*(3), 577–592. https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2005.00143.x

Prochazka, F., & Schweiger, W. (2019). How to measure generalized trust in news media? An adaptation and test of scales. *Communication Methods and Measures*, *13*(1), 26–42. https://doi.org/10.1080/19312458.2018.1506021

Prochazka, F., Weber, P., & Schweiger, W. (2018). Effects of civility and reasoning in user comments on perceived journalistic quality. *Journalism Studies*, *19*(1), 62–78. https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1161497

Putnam, R. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon and Schuster.

Putnam, R. (1993). *Making democracy work – Civic traditions in modern Italy*. Princeton.

Raynauld, V., & Greenberg, J. (2014). Tweet, click, vote: Twitter and the 2010 Ottawa municipal election. *Journal of Information Technology and Politics*, *11*(4), 412–434. https://doi.org/10.1080/19331681.2014.935840

Riddle, K. (2010). Remembering past media use: Toward the development of a lifetime television exposure scale. *Communication Methods and Measures*, *4*(3), 241–255. https://doi.org/10.1080/19312458.2010.505500

Scheufele, D. A., & Shah, D. V. (2000). Personality strength and social capital: The role of dispositional and informational variables in the production of civic participation. *Communication research*, *27*(2), 107–131. https://doi.org/10.1177/009365000027002001

Schmitt-Beck, R., & Wolsing, A. (2010). European TV environments and citizens' social trust: Evidence from multilevel analyses. *Communications, 35*(4), 461–483. https://doi.org/10.1515/comm.2010.024

Schneider, I. (2017). Can we trust measures of political trust? Assessing measurement equivalence in diverse regime types. *Social Indicators Research*, *133*(3), 963–984. https://doi.org/10.1007/s11205-016-1400-8

Schoors, K. J. L., Semenova, M., & Zubanov, A. (2018). *Depositor discipline in Russian regions: Flight to familiarity or trust in local authorities?* (Higher School of Economics Research Paper No. WP BRP 58/FE/2016). https://doi.org/10.2139/ssrn.2856253

Sebastião, S. P., & Viegas, L. (2021). Plataformas digitais enquanto fontes de informação: o caso Comunidade Cultura e Arte. *Media & Jornalismo*, *21*(38), 161–184. https://doi.org/10.14195/2183-5462_38_8

Serrano, E. (2020). Populismo em Portugal: o factor media. *Media & Jornalismo*, *20*(37), 221–239. https://doi.org/10.14195/2183-5462_37_12

Silva, M. T., Figueiras, R., Brites, M. J., Amaral, I., Marôpo, L., Santos, S. C., Jerónimo, P., Santo, P., & Pacheco, L. (2017). Audiências e cross-media: Estudo de padrões de consumo de notícias em Portugal. *Estudos em Comunicação*, *1*(25), 177–199. https://doi.org/10.20287/ec.n25.v1.a11

Silva, M., Brites, M. J., Figueiras, R., Santos, S. C., Amaral, I., Marôpo, L., Jerónimo, P., Santo P. & Pacheco, L. (2017). Between traditional and social media: News repertoires in Portugal. *Participations: Journal of Audience & Reception Studies*, *14*(2), 283–300.

Smith, W. C., & Benavot, A. (2019). Improving accountability in education: the importance of structured democratic voice. *Asia Pacific Education Review*, *20*(2), 193–205. https://doi.org/10.1007/s12564-019-09599-9

Sousa, J. C., Pinto-Martinho, Cardoso, G., & Telo, D. (2020). Para além de Lisboa e Porto: a invisibilidade do debate autárquico. In P. Jerónimo & J.C. Correia (Eds.), *O pulsar da proximidade nos media e no jornalismo* (pp. 137–153). LabCom.

Strömbäck, J., Falasca, K., & Kruikemeier, S. (2018). The mix of media use matters: Investigating the effects of individual news repertoires on offline and online political participation. *Political Communication*, *35*(3). 413–432. https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1385549

Strömbäck, J., Tsfati, Y., Boomgaarden, H., Damstra, A., Lindgren, E., Vliegenthart, R., & Lindholm, T. (2020). News media trust and its impact on media use: toward a framework for future research. *Annals of the International Communication Association*, *44*(2), 139–156. https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1755338

Teles, F. (2021). *Descentralização e poder local em Portugal*. Fundação Francisco Manuel dos Santos.

Turcotte, J., York, C., Irving, J. Scholl, R., & Pingree, R. (2015). News recommendations from social media opinion leaders: effects on media trust and information seeking. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *20*(5), 520–535. https://doi.org/10.1111/jcc4.12127

Uslaner, E. M. (2003). Trust, democracy and governance: Can government policies influence generalized trust? In M. Hooghe & D. Stolle (Eds.), *Generating Social Capital* (pp. 171–190). Palgrave Macmillan US. https://doi.org/10.1057/9781403979544_9

Verma, N., Fleischmann, K. R., & Koltai, K. S. (2017). Human values and trust in scientific journals, the mainstream media and fake news. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, *54*(1), 426–435. https://doi.org/10.1002/pra2.2017.14505401046

Vidal-Correa, F. (2020). Media coverage of campaigns: a multilevel study of Mexican women running for office. *Communication & Society, 33*(3), 167–186. https://doi.org/10.15581/003.33.3.167-186

Wahl-Jorgensen, K. (2019). The challenge of local news provision. *Journalism*, *20*(1), 163–166. https://doi.org/10.1177/1464884918809281

Williams, B. D., Valero, J. N., & Kim, K. (2018). Social media, trust, and disaster: Does trust in public and nonprofit organizations explain social media use during a disaster? *Quality and Quantity*, *52*(2), 537–550. https://doi.org/10.1007/s11135-017-0594-4

Xu, W. W., & Feng, M. (2014). Talking to the broadcasters on Twitter: Networked gatekeeping in Twitter conversations with journalists. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, *58*(3), 420–437. https://doi.org/10.1080/08838151.2014.935853

Yale, R. N., Jensen, J. D., Carcioppolo, N., Sun, Y., & Liu, M. (2015). Examining first- and second-order factor structures for news credibility, *Communication Methods and Measures*, *9*(3), 152–169. https://doi.org/10.1080/19312458.2015.1061652

Financiamento

Este trabalho resulta do projeto de monitorização das eleições autárquicas e jornalismo local desenvolvido no âmbito do MediaLab, Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (CIES), do Iscte. SFRH/BD/136605/2018

Notas Biográficas

João Carlos Sousa é Licenciado em Sociologia (2009) e Mestre em Sociologia: exclusões e políticas sociais (2013) pela Universidade da Beira Interior. Foi bolseiro de investigação (2010-2015) em diversos projetos no LabCom UBI. Doutorando em Ciências da Comunicação no ISCTE-IUL com bolsa FCT (SFRH/BD/136605/2018).

Ciência ID: 3615-C5F0-0BDB
ORCID iD: 0000-0002-7374-0152
Scopus Author Id: 55630412600
Morada: ISCTE. Avenida das Forças Armadas, 1649-026 Lisboa, Portugal

Ana Pinto-Martinho é editora do European Journalism Observatory, para Portugal, é licenciada em Ciências da Comunicação (UBI, 1997) e mestre em Comunicação Cultura e Tecnologias da Informação (ISCTE, 2013), assistente de investigação do CIES, onde participa em vários projetos nacionais e internacionais.

Ciência ID: A315-4FD4-9175
ORCID iD: 0000-0001-8871-1496
Morada: ISCTE. Avenida das Forças Armadas, 1649-026 Lisboa, Portugal

Como citar

Sousa, J.C., & Pinto-Martinho, A. (2022). Confiança e uso dos media na União Europeia: determinantes sociomediáticas da confiança nas autoridades locais e regionais. *Revista Media & Jornalismo, 22*(41), 161-178. https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_9

Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição-Não Comercial 4.0 Internacional.

Varia | Varia

(Página deixada propositadamente em branco)

Para além das erratas: implicações democráticas da crítica do ombudsman de imprensa nos jornais *Correio da Paraíba*, *Folha de S. Paulo* e *O Povo* nos anos 1995 e 2019

Beyond correction: democratic implications of press ombudsman's criticism from newspapers *Correio da Paraíba*, *Folha de S. Paulo* and *O Povo* in 1995 and 2019

https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_10

Juliana de Amorim Rosas
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Observatório da Ética Jornalística (objETHOS), Brasil
rosasjuliana@yahoo.com.br

Submetido: 2022/03/31 | Aceite: 2022/07/13
Submitted: 2022/03/31 | Accepted: 2022/07/13

Resumo

Este artigo apresenta uma análise sobre a crítica jornalística produzida pelo ombudsman de imprensa e sua relação com a democracia. Foi investigada a crítica jornalística brasileira em colunas de ombudsman em dois períodos distintos – 1995 e 2019, em jornais considerados referenciais em escala regional e nacional: *Correio da Paraíba*, *Folha de S. Paulo* e *O Povo*. Como método de investigação, foi utilizada a Análise de Conteúdo delineada por Laurence Bardin (2011), auxiliada pelo software Iramuteq. A base teórica incluiu a Teoria da Crítica de Imprensa (Wyatt, 2007) e os modelos de democracia e suas implicações normativas para o jornalismo traçados por Jesper Strömbäck (2005). Entre outras características apresentadas, conclui-se que, preponderantemente, veículos noticiosos e ombudsmans possuem visões distintas de modelos democráticos no jornalismo e poucas vezes a crítica alcança o ideal deliberativo proposto pela teoria utilizada.

Palavras-chave

jornalismo, ombudsman, crítica de imprensa, democracia

Abstract

This article presents an analysis of the journalistic criticism produced by the press ombudsman and its relationship with democracy. Brazilian journalistic criticism was investigated in ombudsmen's articles in two different periods – 1995 and 2019, in newspapers considered referential on a local and national scale: *Correio da Paraíba*, *Folha de S. Paulo* and *O Povo*. Content Analysis (Bardin, 2011), aided by the Iramuteq software, makes up the methodology. The theoretical foundation includes the Theory of Press Criticism (Wyatt, 2007) and the models of democracy and their

normative implications for journalism outlined by Jesper Strömbäck (2005). Among other characteristics presented, it is concluded that, predominantly, news vehicles and ombudsmen have a different view of democratic models in journalism and the criticism rarely reaches the deliberative ideal proposed by Wyatt (2007).

Keywords

journalism, ombudsman, press criticism, democracy

Introdução

Investigações brasileiras envolvendo crítica de imprensa tendem a apresentar um ponto de vista exterior sobre o produto analisado. Expõe-se a visão do autor, majoritariamente acadêmico, sobre produtos midiáticos. O presente artigo é um recorte de uma tese de doutoramento (Rosas, 2021), portanto, também acadêmica; porém, o produto analisado é a própria crítica jornalística. Não a crítica acadêmica ou a mais popularmente conhecida, em que articulistas das mais variadas especialidades analisam acontecimentos do dia ou temas pertinentes de sua escolha, mas a crítica ao jornalismo por um olhar ao mesmo tempo interno e externo: o do ombudsman[1].

O ombudsman de imprensa no Brasil teve experiências curtas e diversas, como mostram, entre outros autores, Javorski e Gadini (2018). As práticas aqui analisadas são as mais longevas do país, embora uma delas não mais exista há anos. *Folha de S. Paulo*, *Correio da Paraíba* e *O Povo*, jornais dos estados brasileiros de São Paulo, Paraíba e Ceará, foram os três primeiros periódicos a adotar o ombudsman de imprensa no país, respectivamente, nos anos de 1989, 1991 e 1993. No início de 1996, o *Correio* encerra de vez a participação do ombudsman em suas páginas. Atualmente, *Folha* e *O Povo* são os únicos jornais que incorporam o ombudsman de imprensa no Brasil.

O ano de 1995 é o período coincidente da presença do ombudsman nos três jornais. A década de 1990 foi quando mais surgiram experiências de ouvidorias de imprensa no país, sendo 1995 quando se contabiliza o maior número destas, mesmo acontecendo em apenas 11 veículos. A época possui características de contingências políticas e democráticas para tal. A escolha de análise e cotejamento com o ano de 2019 se dá por motivos acadêmicos e históricos, incluindo a celebração de 30 anos do surgimento do ombudsman no Brasil.

Folha de S. Paulo é o jornal de maior circulação nacional e é publicado em versões impressa e eletrônica. O mesmo ocorre com *O Povo*, jornal de abrangência regional e o maior do estado do Ceará. O *Correio da Paraíba* deixou de circular em versão impressa em 2020, transformando-se em portal eletrônico. Foi um importante

[1] Ombudsman é uma palavra sueca, usada para todos os gêneros. Na língua inglesa, costuma-se usar as flexões de gênero e plural próprias deste idioma. Neste artigo, empregam-se as palavras ombudsman e ombudsmans, no singular e plural, respectivamente, e para todos os gêneros, formas igualmente adotadas no jornal *Folha de S. Paulo*. A decisão da *Folha* pode ser conferida em https://www1.folha.uol.com.br/ombudsman/2018/01/1789462-nome-da-funcao-e-comumaos-dois-generos.shtml. Mais sobre como a função do ombudsman é chamada em diferentes países pode ser encontrado em Rosas (2015, 2021) e em http://www.niassembly.gov.uk/globalassets/documents/raise/publications/2015/ofmdfm/8115.pdf.

veículo regional e, durante as últimas três décadas de sua existência, o impresso de maior vendagem do seu estado. De forma geral, os três jornais estavam inseridos em um mercado de pluralismo interno. Eram veículos importantes em seu estado (e também nacionalmente, no caso da *Folha*), líderes em audiência, com perfil político liberal e conservador.

A pesquisa original da qual este artigo é recorte possui a Teoria da Crítica de Imprensa, da pesquisadora americana Wendy Wyatt (2007), como sua principal base teórica. Em sua teoria, a autora sustenta que o *télos* da imprensa é uma esfera pública comunicativa e que o propósito da imprensa deve ser contribuir para o funcionamento de uma democracia deliberativa. Uma vez que a Teoria da Crítica de Imprensa está baseada na teoria deliberativa habermasiana e que no mundo empírico são encontrados modelos distintos de democracia, a pesquisa é auxiliada pelos quatro modelos de democracia e suas implicações normativas para o jornalismo (Strömbäck, 2005). Este último aspecto é o que será destacado neste artigo.

Tanto Wyatt (2007) quanto Strömbäck (2005), ao discorrerem sobre jornalismo ou imprensa, estão considerando notícias jornalísticas e não suas plataformas. O corpus do trabalho é composto de colunas publicadas em jornais impressos, na década de 1990; e de forma impressa e eletrônica no ano de 2019. O relatório 2021 do Instituto Reuters (Newman *et al*., 2021) revela que a inserção da internet é de 71% entre a população brasileira. O impresso como fonte de notícias caiu de 50% para 12% entre 2013 e 2021, enquanto o uso de redes sociais para se informar cresceu de 47% para 63% no mesmo período. Nas colunas publicadas na última década, é notável a influência de novas mídias na cobertura e crítica jornalísticas.

A metodologia utilizada foi a Análise de Conteúdo, com auxílio do Iramuteq, software livre de origem francesa bastante utilizado para análises de conteúdo qualitativas. Neste artigo, são apresentados os principais resultados da pesquisa e dados comparativos gerados nas análises Classificação Hierárquica Descendente (CHD) e Nuvem de Palavras, provenientes do software[2]. O corpus da pesquisa foi composto de 216 colunas de ombudsman publicadas nos jornais brasileiros supracitados, 126 colunas do ano de 1995 e 90 textos de 2019.

O artigo objetiva mostrar uma das principais descobertas de uma pesquisa mais ampla. O presente texto apresenta qual modelo de democracia (Strömbäck, 2005) prevalece na crítica jornalística do ombudsman considerando as implicações normativas para o jornalismo e tendo como base a Teoria da Crítica de Imprensa, que equivale crítica e deliberação (Wyatt, 2007, p. 97)

1 Jornalismo e democracia

É longo o histórico de imbricação entre jornalismo e democracia, como bem explana Wyatt (2007), ainda que esta justaposição tenha apresentado distintas visões históricas, geográficas e discordâncias de profissionais e pesquisadores ao longo do tempo. Há algumas décadas, a mídia desempenha um papel crucial na esfera

[2] Mais informações sobre o programa e seu funcionamento são encontradas em http://www.iramuteq.org.

pública enquanto arena de debate e persuasão, como ferramenta de informação e também de propaganda.

Hanitzsch e Vos (2016) relataram algumas atribuições assumidas por jornalistas em diferentes localidades, incluindo em países não democráticos. Há neste e em outros estudos, diversos papéis assumidos empiricamente pelo jornalismo: o adversário, o *watchdog*, de entretenimento, ideológico ou partidário, entre outros. Contudo, caso este esteja inserido em uma sociedade democrática e assuma o papel ou, pelo menos, o desejo de servir à democracia, deve ser signatário de algumas regras e princípios, assim como acontece com outras instituições. Habermas (2011, p. 27) afirma que, na esfera pública, os indivíduos possuem uma relação argumentativa e crítica em relação ao Estado. Supervisionam e procuram persuadir o poder, mas não possuem o domínio do Estado. O efeito comunicativo do discurso não substitui o poder administrativo, podem apenas influenciá-lo (Habermas, 2011, p. 80).

Michael Schudson (2003) não vê uma associação tão forte entre jornalismo e democracia. Mais especificamente, não observa uma relação de consequência ou antecedência: há notícia onde não há democracia e o consumo destas não necessariamente se transforma em mais cidadania ou ações democráticas. O autor não nega a importância da imprensa para uma democracia. "Mas a imprensa por si só não é democracia e não cria democracia. Ela coexistiu década após década com regimes antidemocráticos, autoritários e repressivos"[3] (Schudson, 2003, p. 198).

Discorda de James Carey (1974) quando este afirma que jornalismo e democracia se equivalem. Contudo, acrescenta: "As notícias têm pouco a ver com democracia política, a menos que o Estado inclua ou tolere um grau de autogoverno e críticas ao poder estatal" (Schudson, 2003, p. 197). Ou seja, se jornalismo e democracia podem coexistir, uma democracia que não tolera críticas será falha ou não poderá ser assim chamada. Wolfgang et al. (2018, p. 2) comentam que, embora na equivalência de Carey (1974) o sentimento tenha mérito, a declaração não deve ser interpretada literalmente. Jornalismo e democracia estão necessariamente relacionados, mas é importante desmistificar o vínculo e obter um melhor entendimento de como esta associação funciona.

> Notícias e instituições de notícias existem mesmo onde não há democracia. A notificação pública sobre política não requer ou mesmo implica inclusão política geral. Informações e comentários organizados e regulares sobre assuntos contemporâneos são fornecidos ao povo da China ou de Cuba, da mesma forma que o foram para o povo da União Soviética, da Itália fascista e da Alemanha nazista. Notícias nessas configurações podem ter várias funções. Podem recrutar pessoas para fins nacionais, reunir apoio para o governo ou fornecer um texto comum para a desconstrução subversiva e a "leitura nas entrelinhas" que caracterizaram as atitudes dos cidadãos em relação às notícias na Europa Oriental comunista. As notícias são democráticas em todos os lugares apenas no sentido de serem informações publicadas não exclusivas e potencialmente disponíveis para qualquer pessoa que as deseje. Não promovem necessariamente uma cidadania ativa e empoderada. (Schudson, 2003, p. 197)

[3] Tradução nossa. Doravante, todas as citações cuja língua original não é o português terão tradução da autora do artigo.

Schudson (2003, p. 212) recorre a Jürgen Habermas para explanar sua visão de onde o jornalismo se posiciona: "Habermas enfatizou como o jornalismo foi vital para a abertura de uma esfera pública onde pessoas privadas pudessem discutir e debater livremente as questões públicas da época. Este é o lugar das notícias na promoção da política democrática". Em outro trabalho, o autor lembra que o jornalismo que hoje consideramos tradicional tem apenas um século (Schudson, 2013, p. 163) e que ações como apuração de notícias, relacionamento com fontes, políticos e política passaram por mudanças consideráveis ao longo do tempo. O jornalismo foi de amador a profissional, de mero coletor de informações a um grupo imerso em questões políticas.

Waisbord (2012) afirmou que é impossível dar uma resposta direta à pergunta "quanta democracia o jornalismo precisa?", pois nem jornalismo nem democracia são conceitos inequívocos. "Ambas são ideias complexas, intelectualmente ricas e contestadas" (Waisbord, 2012, p. 1). O autor pontuou que, por séculos, filósofos e cientistas políticos discutiram os múltiplos significados da democracia, tendo esta variados qualificadores. Sendo assim, qualquer tentativa de esclarecer a relação entre jornalismo e democracia precisa explicitar o modelo de democracia envolvido e o que pode parecer um bom jornalismo para a democracia representativa é equivocado para outros modelos. Questão que Strömbäck (2005) também aborda.

Ao propor questionamento semelhante ao de Waisbord (2012), Beate Josephi aponta que muito depende da definição de jornalismo. A resposta é inevitavelmente afirmativa se este é visto em termos de sistemas de mídia e está teórica e inextricavelmente ligado à forma política da democracia. Porém, ao tomar como base a prática jornalística, "torna-se evidente que a prática também foi tradicionalmente definida em sua relação com a forma política da democracia, e que isto, por sua vez, moldou os valores que definem a prática do jornalismo" (Josephi, 2012, p. 481).

Normativamente, esta discussão trata de que jornalismo é esperado em distintos modelos de democracia. Uma vez que esta é uma reflexão complexa e abrangente, tomou-se na pesquisa o que é relevante em relação ao ombudsman e à crítica de imprensa. Jesper Strömbäck (2005, p. 331) lembra que a mídia e o jornalismo são frequentemente criticados por seu conteúdo e efeitos negativos em certos aspectos da democracia. Porém, em geral, os críticos não são claros sobre qual padrão democrático estão aplicando ao examinar a mídia, pois uma coisa é criticar o cinismo político, enquadramentos estratégicos, etc., outra seria especificar por que e como isso poderia prejudicar a democracia.

Strömbäck (2005, p. 332) explica que jornalismo e democracia operam em termos de um contrato social. O jornalismo necessita da democracia na forma de liberdade de expressão e independência; a democracia necessitaria do jornalismo para o fluxo de informação, discussão pública e para a função de vigilante (*watchdog*) independente do Estado. Embora diversas acepções dessas imbricações sejam aceitas, algumas definições tornam-se controversas. Ainda que haja concordância em afirmar que o propósito da imprensa é prover informação ao povo de modo que os seus membros tomem suas próprias decisões, o consenso desaparece quando se tenta definir que tipo de informação seria essa (Strömbäck, p. 333).

Algumas consonâncias sobre a democracia dizem respeito a eleições livres e frequentes, liberdade de expressão, cidadania inclusiva, regimento por leis, entre outras.

Além disso, há distintas visões normativas do que seriam boas democracias. Os mais importantes e discutidos modelos, segundo o autor, são: democracia competitiva, democracia participativa e democracia deliberativa. A estes, Strömbäck acrescenta *procedural democracy*, traduzida como democracia processual e, mais frequentemente, procedimental ou procedimentalista, relativo a procedimentos, ainda que estes vocábulos sejam mais usualmente utilizados na linguagem jurídica.

> O que esses modelos têm em comum é que tratam dos procedimentos e processos de tomada de decisão política, e não de ações políticas diferentes. Isso faz todo o sentido, já que a democracia é, em última análise, uma ideologia relativa à tomada de decisão, enquanto as ideologias políticas tratam de políticas distintas dentro (ou fora) da estrutura democrática. Além disso, com base na teorização anterior sobre esses modelos de democracia, sabemos que tais modelos carregam expectativas normativas díspares para cidadãos e políticos. Portanto, é razoável esperar que eles também atribuam obrigações normativas diferentes à mídia e ao jornalismo. (Strömbäck, 2005, p. 333)

De acordo com Strömbäck (2005, p. 334-336), a democracia procedimentalista não impõe exigências normativas aos cidadãos para que votem, consumam notícias, participem da vida pública ou estejam bem informados. A democracia competitiva implica que a elite aja e cidadãos reajam, não se espera que tenham conhecimentos básicos sobre como funcionam a sociedade e o sistema político, nem há expectativa que participem da vida ou esfera públicas. Já no modelo de democracia participativa, espera-se que as pessoas se engajem na vida civil e pública. Na democracia deliberativa, ninguém tem o direito de dominar ou coagir participantes e a paixão deve ser governada pela racionalidade (Strömbäck, 2005, p. 337).

> O que é importante no modelo deliberativo de democracia é que (1) as decisões sejam tomadas por discussões tanto na esfera pública como em ambientes menores; (2) que as discussões estejam comprometidas com os valores de racionalidade, imparcialidade, honestidade intelectual e igualdade entre os participantes; e (3) que as discussões deliberativas possam ser vistas tanto como fins em si mesmas quanto como meios de produzir acordo ou pelo menos uma melhor compreensão dos valores subjacentes a um conflito. (Strömbäck, 2005, p. 336)

Na realidade, nenhuma democracia existente pode ser caracterizada como um modelo puro, como bem assinala o pesquisador. O que indica que tipo de democracia um país tem ou almeja não depende apenas dos seus cidadãos e representantes. Pensar para que tipo de democracia contribuem a mídia e o jornalismo é de maior ou igual importância. E cada um dos modelos apresentados tem implicâncias normativas distintas para o jornalismo.

De forma resumida, no modelo procedimentalista é importante que as regras e procedimentos da democracia sejam respeitadas nas palavras e nas ações. Cabe aos proprietários de mídia decidirem como utilizar a liberdade que lhes é concedida e espera-se que as pessoas distingam a verdade em meio ao ruído de notícias. No modelo de democracia competitiva, é esperado mais da mídia, uma vez que o povo

deve escolher entre as elites concorrentes. A mídia e o jornalismo devem estabelecer a agenda e não deixar que os políticos o façam. O papel dos cidadãos é ativo no modelo de democracia participativa e as implicações normativas disto é que as notícias devem prover informações sobre problemas sociais relevantes e sobre como funcionam sociedade e processo decisório. A agenda noticiosa deve ser estabelecida pelo povo (Strömbäck, 2005, pp. 338-340).

O modelo de democracia deliberativa pode ser visto como uma extensão do modelo participativo. Em ambos, pressupõe-se que cidadãos tenham conhecimentos básicos sobre questões políticas e sociais e, consequentemente, o jornalismo deve prover tais informações qualitativamente. O modelo põe ênfase nas discussões políticas e na importância de serem deliberativas. Sendo principalmente através da mídia e do jornalismo que os cidadãos acessam as discussões políticas, o modelo deliberativo da democracia impõe demandas exigentes aos mesmos.

> Em outras palavras: a democracia nunca pode se tornar mais deliberativa sem a participação ativa da mídia e do jornalismo. Portanto, o papel dos jornalistas como "participantes justos" é da maior importância para o modelo deliberativo de democracia. Além de fornecer informações factuais sobre problemas sociais, as palavras e ações de representantes do governo e como a sociedade e os processos políticos funcionam, o jornalismo deve promover ativamente discussões políticas caracterizadas por imparcialidade, racionalidade, honestidade intelectual e igualdade entre os participantes. Em vez de permitir que aqueles com mais recursos e as críticas mais severas obtenham a maior atenção, [...] o jornalismo deve proporcionar uma arena para todos com argumentos fortes e direcionar sua atenção para aqueles que podem contribuir para aprofundar a discussão. (Strömbäck, 2005, p. 340-341)

Com relação ao jornalismo noticioso especificamente, Strömbäck (2005, p. 341) resume a implicância normativa de cada um dos modelos de democracia. Demanda-se da democracia procedimental respeitar os procedimentos democráticos, agir como cão de guarda ou como alarme, expondo ações erradas. Na democracia competitiva, o foco é nos atores políticos e o jornalismo deveria agir como vigilante ou alarme e concentrar-se nos agentes públicos e nas plataformas dos candidatos e partidos políticos. Espera-se normativamente que na democracia participativa cidadãos definam a agenda e que mobilizem o interesse, engajamento e participação dos cidadãos na vida pública. O foco é na resolução de problemas. Na democracia deliberativa, o jornalismo deve agir para tornar as discussões inclusivas, mobilizar o interesse, o engajamento e a participação dos cidadãos em discussões públicas. Deve promover discussões públicas caracterizadas por racionalidade, imparcialidade, honestidade intelectual e igualdade.

> A principal conclusão é que somente especificando a que tipo de democracia estamos nos referindo quando usamos o termo e especificando suas implicações normativas para a mídia e o jornalismo podemos entender plenamente como a mídia e o jornalismo afetam a democracia. Consequentemente, segue-se que simplesmente não é válido afirmar que a mídia e o jornalismo, por si, minem ou contribuam para a democracia. (Strömbäck, 2005, p. 343)

Josephi (2012) lembra que é importante atentar para, além dos sistemas político e de mídia, como se inserem os profissionais jornalistas enquanto grupo e indivíduos neste entremeio, citando distintas pesquisas que chegaram a conclusões semelhantes sobre a visão dos jornalistas a respeito de sua atividade, independentemente de qual sistema político estavam inseridos. Nesta mesma direção, Wolfgang et al. (2018, p. 16) concluem que os jornalistas provavelmente responderão a esta questão com base em expectativas normativas, sendo improvável que demonstrem menosprezar qualquer forma de democracia, mesmo que a desvalorizem na prática.

Percebe-se que o jornalismo e a crítica podem ter visões distintas de democracia e do papel do jornalismo dentro desta. Ou, mais especificamente, o ombudsman pode discordar da cobertura do jornal onde trabalha por esperar que este cumpra uma função democrática distinta da que o veículo se propõe.

2 O jornalismo entre a norma e a prática

Mesmo reconhecendo-se a importância do ombudsman, nota-se sua diminuição ao longo dos anos e as principais razões apontadas são corte de gastos, de pessoal e crise financeira. Decisões jornalísticas ainda são tomadas majoritariamente levando-se em conta questões econômicas. Daí a necessidade de além da norma considerar o mundo empírico e seus entraves. "Notícias nunca são produzidas no vácuo. São produzidas por jornalistas dentro de organizações de mídia com relações e interações complexas com diferentes conjuntos de atores, tanto internos quanto externos", reforçam Jesper Strömbäck e Michael Karlsson (2011, p. 644).

Embora uma parte importante da base teórica aqui apresentada seja uma teoria normativa da crítica de imprensa, não se pode desconsiderar que se encontram no mundo empírico ações que vão de encontro ao normativo, relacionadas tanto ao jornalismo como à democracia. Como afirmou Josephi (2005, p. 575), poucas disciplinas ficaram tão presas na tensão entre regimental e empírico como o jornalismo. Segundo a autora (2012), tem se demonstrado nos últimos anos que as democracias podem oferecer enquadramento legal para a liberdade de expressão, mas não oferecem proteção para serviços jornalísticos que têm de ser financiados em grande parte por entidades privadas e que a dependência dos proprietários dos meios de comunicação não é menor em muitas nações democráticas do que em países não democráticos.

A pesquisadora afirma que, assim como foi apontado por outros estudiosos, as origens da democracia e do jornalismo estão historicamente conectadas, mas em seus momentos embrionários não se assemelhavam ao tipo de jornalismo ou à democracia que viemos a esperar hoje. "No entanto, o caminho que o jornalismo e a democracia tomaram, e o papel que o jornalismo desempenhou nesse desenvolvimento, moldaram o *ethos* jornalístico".

> [...] o ethos do jornalismo tornou-se cada vez mais ligado à forma política da democracia. Era um casamento que convinha tanto aos estudiosos quanto aos jornalistas. Para os profissionais, serviu para definir a sua profissão, dando ao seu papel

> uma dimensão política que legitimou a sua reivindicação de liberdade da supervisão do Estado. Para os estudiosos, ligar o jornalismo à democracia serviu como um atalho para construir um conjunto de normas contra as quais o jornalismo podia ser medido. (Josephi, 2012, p. 475)

Esta concepção ajudou a construir teorias subsequentes à construção do paradigma de que o jornalismo deve servir à democracia, uma herança do chamado pensamento europeu ocidental. Josephi (2012) vai inclusive apontar, em suas palavras, a arrogância de James Carey (1974), quando este afirma que não há jornalismo sem democracia. Era uma época em que os Estados Unidos acreditavam ser a única superpotência que restava para guiar o mundo (Josephi, 2012), o que também fortaleceu a crença de que a visão americana do jornalismo era a que deveria ser respeitada. Uma soberba que ainda pode ser vista atualmente em diferentes campos e lembrada também por Conboy (2018).

> O jornalismo é global, mas muitas vezes percebe a si mesmo ou como um modelo anglo-americano ou pelo menos com um *template* anglo-americano. Uma consequência disto é o reconhecimento errado de que o jornalismo está intrinsecamente ligado à democracia. Ele apresentou no passado e certamente demonstra no presente uma aptidão para lubrificar muitas outras formas de governança, não só a democrática. (Conboy, 2018, p. 19)

Nesta linha, Zelizer (2017) afirma que o chamado Ocidente, em especial os Estados Unidos, desempenhou um papel central do vínculo entre jornalismo e democracia como um dado naturalizado. A pretensão de que o jornalismo alimentaria a política democrática foi amplamente difundida, mas a afirmação oposta, de que a democracia alimentaria o jornalismo, não foi recebida da mesma forma. Vai ao encontro de Schudson (2003) quando declara que

> embora se possa argumentar que o jornalismo foi historicamente necessário para a democracia, a afirmação oposta não se mantém na mesma medida. Na verdade, circunstâncias mostram que a democracia não foi necessária para o jornalismo, e a ideia de que a democracia é a tábua de salvação do jornalismo não foi apoiada na prática. Isso não nega o fato de que ser jornalista em sociedades democráticas pode ser menos perigoso do que ser jornalista em regimes não democráticos. Mas sugere que o jornalismo de alguma forma floresceu em lugares onde a democracia não prosperou. (Zelizer, 2017)

Hanitzsch e Vos (2016) discorrem sobre diferentes papéis no jornalismo levando em conta contextos não democráticos e não ocidentais, indo ao encontro do pensamento de Josephi (2012), afirmando que a pesquisa dita ocidental sobre jornalismo reproduziu a hierarquia de valores com ideais liberais e democráticos no topo, privilegiando um mundo jornalístico mais restrito do que aquele que reside na prática. E lembram que "o jornalismo sempre se estendeu para além do espaço democrático – na verdade, o jornalismo dentro da democracia é desfrutado apenas por uma minoria da população mundial" (Hanitzsch & Vos, 2016, p. 150).

> O modelo ocidental de jornalismo assume que a mídia noticiosa é relativamente autônoma em relação ao Estado e que os jornalistas são agentes independentes envolvidos em uma relação antagônica ao poder enquanto representam o povo (Nerone, 2013)[4]. O modelo foi exportado para o mundo em desenvolvimento, juntamente com muitas outras crenças e práticas ocidentais – uma transferência da ideologia ocupacional do Ocidente para países do Sul Global (Golding, 1977)[5]. Assim, quando os estudos encontram semelhanças substanciais nos papéis jornalísticos em todo o mundo, é bem possível que essas semelhanças sejam produzidas pelas expectativas normativas do modelo-padrão ocidental que enformaram a maioria dos questionários e que pode ter feito com que as respostas dos jornalistas convergissem com esse modelo (Josephi, 2005)[6]. (Hanitzsch & Vos, 2016, p. 150)

Josephi quis demonstrar que a democracia não é uma pré-condição para o jornalismo e sugeriu que, em vez de impor um sistema político como principal quadro de referência para o jornalismo, jornalistas e seu trabalho deveriam ser utilizados para avaliar as conquistas da área. Há jornalismo sendo praticado de diferentes formas em diversos países, incluindo países não democráticos, como na China, onde não se espera que os jornalistas defendam a deliberação. "O debate na China, por enquanto, é privado e não público, pois é visto como pondo em risco a harmonia social (e política)" (Josephi, 2012, p. 486). Alguns autores questionam até mesmo a eficácia da democracia como solução política e o papel do jornalismo para promover o debate ou a simples tarefa de levar informação à população, como relataram Câmara e Melo (2018, p. 13).

Em estudo sobre *accountability* da mídia na Holanda, Harmen Groenhart (2013, p. 282) reconhece os motivos, valores normativos e operacionais dos jornalistas em relação ao *accountability* midiático, porém, conclui que características profissionais específicas do jornalismo impedem uma implementação frutífera da responsabilidade da mídia de forma pública, no nível do jornalista individual, da organização jornalística e da autorregulamentação da profissão. Segundo o autor, a liberdade de imprensa não só alimenta os fluxos de informação como evita interferências no processo jornalístico. Ou seja, o *ethos* profissional é resistente a influências externas, o que acaba influenciando na adoção ou não de procedimentos normativos, fazendo com que a liberdade de imprensa seja clamada não apenas como defesa de valores profissionais e democráticos, mas também corporativistas. Isso quando o discurso não é deturpado em usos políticos individuais e egocêntricos.

> Muitos jornalistas lamentam a frequente baixa qualidade do *feedback* público e tipificam sua audiência como um "monstro de muitas cabeças", às vezes sábio e útil, mas na maioria das vezes mal-educado, desinformado e polarizado. Embora o *feed-*

---

[4] Nerone, J. (2013). The historical roots of the normative model of journalism. *Journalism* 14 (4), p. 446-458.

[5] Golding, P. (1977). Media professionalism in the Third World: The transfer of an ideology. In: Curran, J.; Gurevitch, M.; Woollacott, J. (eds.), *Mass Communication and Society*. Arnold, p. 291-308.

[6] Josephi, B. (2005). Journalism in the global age: Between normative and empirical. *Gazette* 67 (6), p. 575-590.

> *back* pouco educado da audiência seja um problema real, os jornalistas também reconhecem sua própria sensibilidade. Alguns jornalistas se caracterizam – ainda que de forma benigna – como opinativos, vaidosos e teimosos, e seu trabalho como criativo, individualista e intuitivo. Estas características reforçam mais do que reduzem uma postura defensiva dos jornalistas. (Groenhart, 2013, p. 281)

Ombudsmans de imprensa em diferentes partes do Brasil e do mundo não trabalham do mesmo modo. Há diferenças estilísticas, de forma e conteúdo, influências editoriais, políticas e mercadológicas dos jornais, além de, claro, bagagem pessoal, caráter, comportamento e mesmo personalidade de cada profissional. Não se pode esquecer que, mesmo distanciado fisicamente e profissionalmente do cotidiano da redação, sendo o ombudsman também jornalista, o *ethos* jornalístico igualmente faz parte deste.

3 Ombudsman e crítica de imprensa

Ao fazer uma análise de como a mídia responde à crítica, Torbjörn von Krogh e Göran Svensson (2017, p. 48) afirmam que junto às críticas vem a questão da responsividade (*responsiveness*), também traduzida como capacidade de resposta. Realizar crítica jornalística tem tanto a ver com sua capacidade de responder à crítica como de fazê-la, referindo-se à abertura e reflexividade desta. O ombudsman realiza crítica pública e responde aos leitores, porém, para satisfazer a este processo ou corresponder a expectativas normativas, deveria também realizar autocrítica de si e estar aberto a réplicas internas e externas.

> De especial interesse para uma relação responsável e receptiva entre os meios de comunicação e os utilizadores dos meios de comunicação é a crítica comunicativa (Fornäs 2013)[7], uma crítica que é reflexiva e aberta à influência de outros (Svensson 2015)[8]. Neste caso, a crítica e o sujeito da crítica entram em diálogo. Cada parte está preparada para refletir sobre seus valores, normas e formas de entendimento e para mudar sua posição com base no resultado do processo de comunicação. As respostas que incluem ouvir, interpretar ou agir sobre a crítica incorporam todas as qualidades comunicativas. (Krogh & Svensson, 2017, p. 48)

Em sua pesquisa de doutorado, Torbjörn von Krogh (2012, p. 15) adotou uma visão mais abrangente do que é crítica de mídia – "relacionado à estrutura, conduta, desempenho, conteúdo, papel e influência da mídia, formulada tanto por indivíduos quanto por organizações da sociedade civil, corporações e governos" –, uma vez que constatou que este não é um campo muito estudado e sua pesquisa objetivava observar a crítica no processo de *accountability*. Amparou-se também em Bertrand

[7] Fornäs, J. (2013). The Dialectics of Communicative and Immanent Critique in Cultural Studies. *Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, 11(2), p. 504-514.

[8] Svensson, G. (2015). *Att Förstå Mediekritik: Begreppsliga, Empiriska och Teoretiska Studier av Svensk Mediekritik 1998-2013*. Acta Universitatis Upsaliensis.

(2002) e em estudos deste sobre *Media Accountability Systems* (MAS), onde a crítica de mídia é um dos fatores principais no processo de responsabilização.

O ombudsman, além de ser considerado um meio de *accountability*, estando entre os MAS definidos por Claude-Jean Bertrand (2002), é também tido como uma forma de autocrítica no jornalismo. Wendy Wyatt (2018) lembrou que o ombudsman, assim como conselhos de imprensa, são por vezes mais frequentemente considerados meios de prestação de contas do que lugares de autocrítica. Provavelmente pelo seu histórico inicial nos EUA, de canal com os leitores e sem crítica pública.

Cheruiyot (2019, p. 20, 24) afirma que a função da crítica vai além de tornar organizações e jornalistas *accountable*. Esta deve inspirar e fazer com que profissionais aspirem ao bom jornalismo. A crítica não tem que oferecer soluções, mas conduzir a deliberações sobre padrões jornalísticos. Os críticos geralmente relacionam padrões e qualidades, mas há também visões subjetivas e idealistas do que o jornalismo deveria ser. E esse ideal está invariavelmente associado a que tipo de democracia se tem em mente e à função do jornalismo dentro desta, como lembram Strömbäck (2005) e Waisbord (2012).

Conclusões distintas sobre a presença de ombudsman podem ser encontradas em estudos variados, sobre sua falta de reflexividade nas redações ou mesmo se seu trabalho leva jornalistas à reflexão (Pritchard, 1993; Meyers, 2000; Hilligoss, 2014). Para Wyatt (2018, p. 3), o fato de os jornalistas possuírem memória coletiva curta levou que discussões similares sobre a área ocorressem ao longo do tempo, mas isso não impeliu necessariamente a mudanças sistêmicas.

Analisando a crítica da cobertura jornalística em 30 anos da coluna de ombudsman da *Folha de S. Paulo*, Azeredo e Silva (2020, p. 19) concluíram que "de forma geral, não é possível afirmar que a *Folha* aprenda com os próprios erros, mesmo quando eles são assumidos e criticados publicamente", pois algumas situações se repetiram ao longo destas três décadas. A absorção da crítica, ou falta desta, por parte da equipe, pode ter inúmeras razões, incluindo ações hierárquicas, estilo do ombudsman e como a redação reage a este.

Deve-se igualmente considerar que a reflexividade do ombudsman no veículo está interligada a sua dupla função de crítico e ouvidor dos leitores. Se pesquisas mostram que ele não provoca mudanças na redação, há que se considerar se sua relação é positiva com os leitores. Ambas as perspectivas podem caminhar juntas, pois assume-se que se o leitor reclama, quer ver mudanças. Porém, as reclamações podem ser de naturezas diversas, inclusive discordância ideológica. E, a partir disso, o ombudsman pode continuar a exercer uma função crítica, bem como pedagógica e democrática, ao mostrar para o leitor como opera o jornalismo. Ferrucci (2018, p. 9), descrevendo como outros autores viam o papel do ombudsman, aponta que o profissional deveria ilustrar como e por que uma organização de notícias falha, fazer com que a mesma reconheça o erro e levar o público a compreender o deslize.

4 Análise do *corpus* e principais resultados

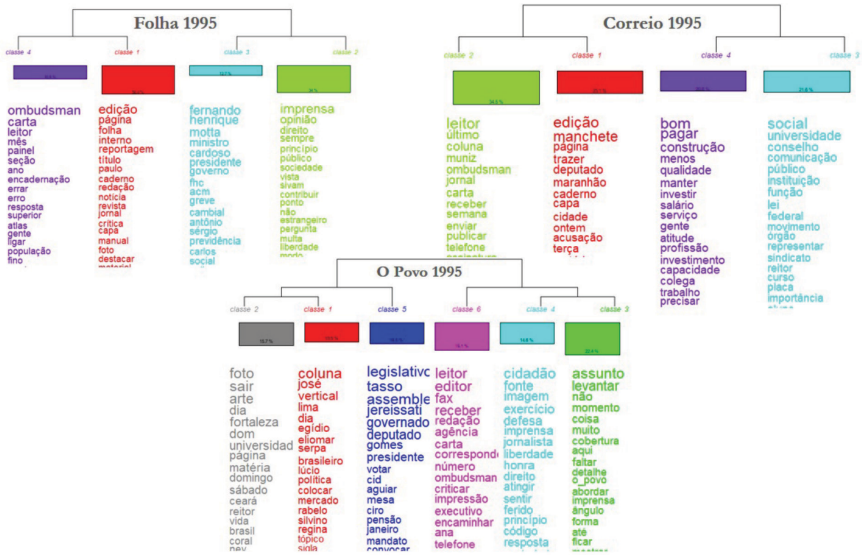
Os resultados da investigação do *corpus* aqui apresentado mostram dados comparativos das análises da Classificação Hierárquica Descendente e Nuvem de

Palavras no Iramuteq. A CHD é considerada a mais importante análise provida pelo software. Nela, os segmentos de texto são correlacionados, formando um esquema de classes de vocabulários em formato dendograma. A partir disso, pode-se inferir o conteúdo do *corpus*, realizar categorizações e compreender grupos de conteúdos, ideias e enunciados. A análise Nuvem de Palavras é simples, porém, visualmente interessante, apresentando um bom resumo panorâmico do estudo. Quanto maior a palavra, maior sua representatividade no texto.

Entre as semelhanças encontradas nas colunas dos ombudsmans brasileiros em 1995 estão: críticas mais personalizadas e inflexíveis, rusgas entre o ocupante do cargo e a redação, ofensas a grupos sociais, leitores ou ao veículo. Nas análises geradas no Iramuteq, obviamente emergem vocábulos em comum relacionados ao cotidiano jornalístico, como edição, reportagem, página, manchete, foto, coluna, editor. O que se aborda na crítica pode ser resumido em três grandes tópicos: cobertura noticiosa; jornalismo e política; relacionamento com leitores e sociedade. Em cada um cabem outras questões relacionadas, a exemplo do uso de técnicas jornalísticas, jornalismo como ator político, jornalismo como profissão e função social do jornalismo.

As classes surgidas via CHD manifestam essas simetrias (Figura 1). Os *corpora*[9] da *Folha de S. Paulo* e do *Correio da Paraíba* possuem o mesmo tipo de hierarquia superior e ramificações. Embora o *corpus* d'*O Povo* seja um pouco distinto, as semelhanças se encontram também nas hierarquias superiores e conteúdo.

Figura 1– CHD – *Corpora* 1995

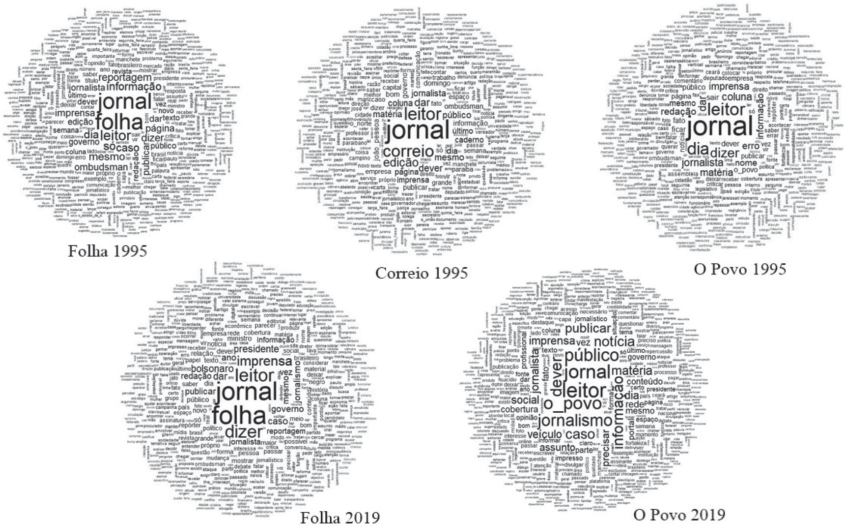


Fonte: Iramuteq e elaboração da autora

[9] Considerou-se como sendo o *corpus* empírico da pesquisa o volume de todas as colunas analisadas, dos três jornais citados. O Iramuteq, contudo, considera cada análise como um *corpus*.

A contemplação das nuvens de palavras formadas pelas formas mais reproduzidas nos jornais de 1995 salienta a crítica dos ombudsmans voltadas para seu veículo em particular, bem como a interação dos leitores. “Jornal” era preponderantemente usado para substituir o nome do veículo e o destaque deste vocábulo e de “leitor” ressaltam a atividade dupla do ombudsman: criticar o diário e ouvir leitores. Ao mesmo tempo, revela o caráter ambíguo da função, pois críticas jornalísticas nem sempre agradam o público e levar em consideração a audiência nem sempre se traduz em democracia. Ao justapor numa mesma imagem todas as nuvens de palavras (Figura 2), os nomes dos veículos analisados, e os vocábulos “jornal” e “leitor” continuam destacados, contornados por formas que remetem a temas jornalísticos, sociais e políticos.

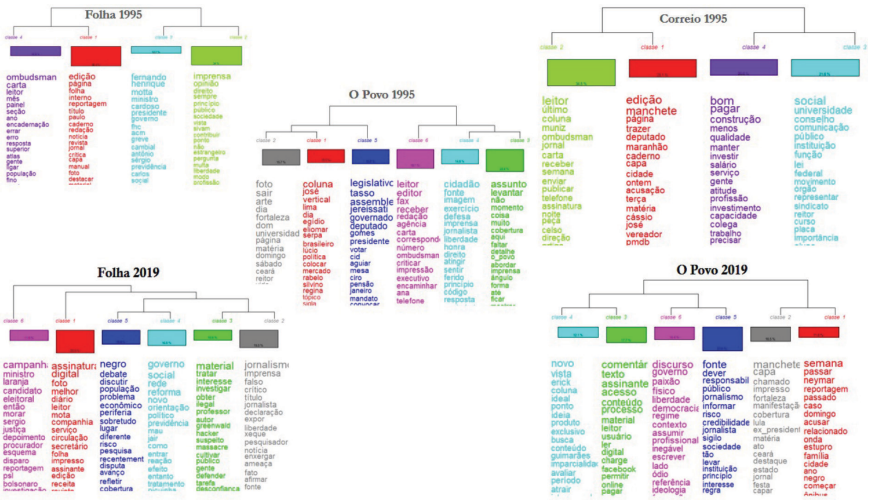
Figura 2 – Nuvens *corpora* 1995 e 2019



Fonte: Iramuteq e elaboração da autora

Ao comparar os termos em destaque nos dendogramas da CHD dos *corpora* de ambos os períodos examinados, 1995 e 2019, neste último ano observa-se maior diversidade de assuntos e inclusão de vocábulos que remetem ao mundo digital. As temáticas gerais abarcam jornalismo, política e sociedade, mas amplia-se a abordagem social ao se destacarem palavras relacionadas a questões econômicas, de gênero e etnia. No ano de 2019, ao sobressaírem-se pela primeira vez nas classes da Classificação Hierárquica Descendente vocábulos como “democracia”, “liberdade”, “debate” e “discutir” (Figura 3), deduz-se que reflexões de caráter democrático e deliberativo avançam em relação aos textos publicados em 1995.

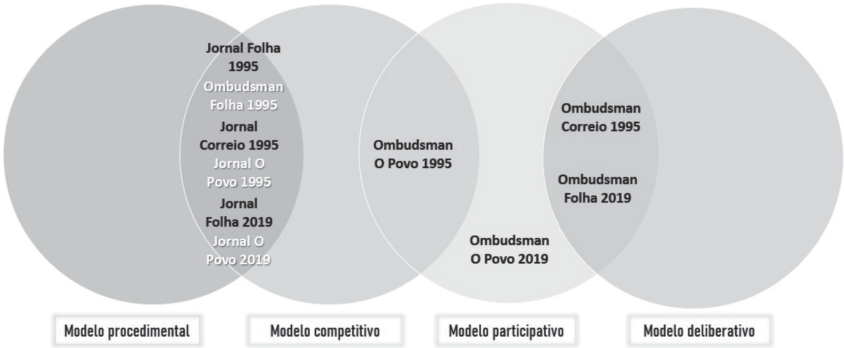
Figura 3 – CHD *corpora* 1995 e 2019



Fonte: Iramuteq e elaboração da autora

A imagem a seguir (Figura 4) fornece um resumo de onde se insere a crítica de imprensa do ombudsman com base nos modelos de democracia procedimental, competitiva, participativa e deliberativa (Strömbäck, 2005) e como estes normativamente tenderiam a afetar cobertura e recepção jornalísticas. O ombudsman da *Folha de S. Paulo* em 1995 e o conteúdo noticioso do jornal no mesmo ano apresentam características dos modelos procedimentalista e competitivo de democracia. O mesmo se deduz do conteúdo noticioso do *Correio da Paraíba* em 1995; da *Folha* em 1995 e 2019; e de *O Povo* de 1995 e 2019. A crítica da ombudsman de *O Povo* em 1995 qualifica-se entre os modelos competitivo e participativo; e a ombudsman deste veículo no ano 2019 possui mais características deste último. Entre os modelos participativo e deliberativo estão os ombudsmans do *Correio da Paraíba* em 1995 e da *Folha de S. Paulo* em 2019.

Figura 4 – Modelos de democracia em veículos e ombudsmans: gráfico comparativo



Fonte: elaboração da autora

Este estudo utilizou-se da categorização de Strömbäck (2005) sobre modelos de democracia e suas implicações normativas para o jornalismo, colaborando para o cotejamento entre imprensa e democracia delineadas por Wendy Wyatt (2007), bem como verificação da aproximação ou não da crítica do ombudsman aos preceitos da Teoria da Crítica de Imprensa, uma vez que a autora defende a crítica deliberativa.

Considerações finais

Conclui-se que todos os veículos examinados, sejam os publicados em 1995 ou 24 anos depois, apresentam conteúdo noticioso que se aproxima dos modelos procedimental e competitivo, configurações que menos exigem participação do público. Os ombudsmans, por sua vez, com exceção de Marcelo Leite, da *Folha de S. Paulo*, em 1995, apresentam críticas que costumam envolver mais a audiência. As críticas mais categóricas e com conteúdo democrático mais próximo do deliberativo foram o ombudsman do *Correio da Paraíba* e as ombudsmans da *Folha de S. Paulo* em 2019. Nenhuma crítica, contudo, inseriu-se totalmente no modelo deliberativo, o tipo que mais demanda engajamento do público.

No modelo deliberativo, o conteúdo jornalístico e a crítica devem agir para promover discussões inclusivas, mobilizar o interesse de cidadãos, unir debatedores e fomentar reflexões caracterizadas pela racionalidade, imparcialidade, honestidade intelectual e igualdade. Conclusões possíveis e não excludentes são: veículos e críticos estão referindo-se a modelos diferentes quando aludem à democracia; o ombudsman demanda um jornalismo mais inclusivo e participativo justamente por o veículo não apresentá-lo; amarras mercadológicas impedem empresas noticiosas de promover deliberação em seus espaços. Esta última inferência se dá por todos os veículos, de ambos os períodos (1995 e 2019), estarem inclusos nos modelos de menor engajamento público.

Recorda-se que os modelos de Strömbäck (2005) foram pensados para o jornalismo de notícia (*news journalism*) e a categorização do *corpus* foi baseada na crítica do ombudsman sobre a cobertura do veículo e não nas notícias em si. A Teoria da Crítica de Imprensa de Wendy Wyatt (2007) igualmente está tomando o jornalismo enquanto notícia (*news*), e não informações de meios midiáticos como um todo, principal razão de nomear sua teoria de *press criticism* e não *media criticism*.

Como nos revelam as análises de Classificação Hierárquica Descendente do Iramuteq e etapa interpretativa, a cobertura do cotidiano e sobre a vida política, as chamadas *hard news*, são o núcleo duro da crítica de ombudsman. Portanto, de modo preponderante, a crítica do ombudsman mira as notícias e reportagens – e não artigos, comentários, editoriais ou outro texto de conteúdo opinativo ou que tenham como objetivo explicar o contexto noticioso.

Ademais, o pesquisador sueco usa o termo *news journalism* para diferir de mídia (*media*) frisando que irá versar sobre notícias jornalísticas e não trocas midiáticas em geral. Bem como presume-se sua ênfase no padrão de notícias do jornalismo tradicional e não em outros tipos, como jornalismo de entretenimento. Assim, neste estudo, aponta-se para o fato de que a audiência das *hard news* consome um jorna-

lismo cuja característica eminente é a exposição de malfeitos dos poderosos e cobertura da política como um jogo e não parte da vida em sociedade. O diagnóstico dos dados revelados pelo quinto domínio da crítica permite afirmar que o jornalismo apresentado em três jornais brasileiros e em duas épocas distintas não serve à democracia deliberativa.

Como mencionado no relatório 2021 do Instituto Reuters (Newman *et al*., 2021), a internet no Brasil cresceu e a população começou a se informar majoritariamente via redes sociais. O ombudsman em redações caiu ainda mais vertiginosamente do que o impresso como fonte de notícias. Observa-se o ombudsman atual ocupado em explicar ao leitor como funciona o jornalismo devido a dúvidas deixadas pelo noticiário e porque supõe-se que a audiência foi influenciada por informações advindas de redes sociais. Assim como o público estaria bombardeado com notícias falsas, o crítico estaria sobrecarregado ao tentar argumentar racionalmente em meio ao caos desinformativo.

Se o jornalismo impresso hoje é lido por apenas 12% da população e, de acordo com a crítica do ombudsman, o veículo não se engaja suficientemente com a audiência, o jornalismo não estaria cumprindo seu papel democrático como anuncia. As características de cobertura encontradas incluem o jornal propondo a agenda e alimentando o jogo estratégico da política, características da democracia competitiva. O conteúdo está atingindo apenas uma pequena parcela da população. A maior fração poderia estar sujeita a bolhas ideológicas da internet e redes sociais com conversações que provavelmente não chegarão à esfera pública.

Para esta conclusão, considera-se a democracia deliberativa. Veículos jornalísticos tradicionais asseveram ser democráticos, mas esta democracia é a do modelo competitivo. Portanto, este jornalismo, além de não estar incluindo quase 90% da população brasileira, falha em engajar os seus 12% de audiência. É o que se constata da crítica de imprensa do ombudsman no Brasil no *corpus* examinado.

Referências

Azeredo, D., & Silva, G**.** (2020). Crítica da cobertura jornalística nos 30 anos da coluna de ombudsman da *Folha de S. Paulo*. *Revista Brasileira de História da Mídia*, *9*(1), 8–21. https://doi.org/10.26664/issn.2238-5126.9120209563

Bertrand, C. (2002). *O arsenal da democracia*. EDUSC.

Câmara, C., & Melo, S. (2018). Escândalo como narrativa útil: repensando a relação entre jornalismo e democracia. *Logos: Comunicação e Universidade, 25*(2), 166–181. https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/viewFile/37082/28303

Carey, J. W. (1974). Journalism and criticism: The case of an undeveloped profession*. The Review of Politics*, *36*(2), 227–249. http://doi.org/10.1017/s0034670500022579

Cheruiyot, D. (2019). *Criticising journalism. Popular media criticism in the digital age* [Doctoral dissertation, Karlstad University Studies]. http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:kau:diva-74833

Conboy, M. (2018). Journalism has no future: A hypothesis for the neo-liberal era. *Journalism*, *20*(1), 17–20. http://doi.org/10.1177/1464884918806752

Groenhart, H. (2013). *Van boete naar beloning. Publieksverantwoording als prille journalistieke*

prioriteit [Doctoral Dissertation, Hogeschool Journalistiek]. Radboud Repository. http://hdl.handle.net/2066/112291

Habermas, J. (2011). *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. UNESP.

Hanitzsch, T., & Vos, T. P. (2016). Journalism beyond democracy: A new look into journalistic roles in political and everyday life. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, *19*(2), 146–164. http://doi.org/10.1177/1464884916673386

Hilligoss, W. B. (2014). *The diminishing role of the ombudsman in American journalism* [Master's thesis, University of Nebraska]. https://digitalcommons.unl.edu/journalismdiss/44/

Javorski, E., & Gadini, S. (2018). *Ombudsman no jornalismo brasileiro*. Insular.

Josephi, B. (2005). Journalism in the global age: Between normative and empirical. International Communication. *Gazette*, *67*(6), 575–590. https://doi.org/10.1177/0016549205057564

_____. (2012). How much democracy does journalism need? *Journalism*, *14*(4), 474–489. http://doi.org/10.1177/1464884912464172

Meyers, C. (2000). Creating an effective newspaper ombudsman position. *Journal of Mass Media Ethics*, *15*(4), 248–256. https://doi.org/10.1207/S15327728JMME1504_4

Pritchard, D. (1993). The impact of newspaper ombudsmen on journalists' attitudes. *Journalism Quarterly*, *70*(1), 77–86. https://doi.org/10.1177%2F107769909307000109

Rosas, J. A. (2015). *Os cães ladram, a caravana passa e apenas ao leitor se deve reverência: o pioneirismo regional do ombudsman paraibano entre críticas, estratégias e conflito de ethos* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Paraná]. http://hdl.handle.net/1884/48454

_____. (2021). *Quem vigia os vigilantes? O ombudsman e a teoria da crítica de imprensa* [Dissertação de Doutoramento, Universidade Federal de Santa Catarina].

Strömbäck, J. (2005). In search of a standard: four models of democracy and their normative implications for journalism. *Journalism Studies, 6*(3), 331–345. http://doi.org/10.1080/14616700500131950

Strömbäck, J., & Karlsson, M. (2011). Who's got the power? Journalists' perceptions of changing influences over the news. *Journal Journalism Practice*, *5*(6), 643–656. https://doi.org/10.1080/17512786.2011.592348

Schudson, M. (2003). *The sociology of news*. Norton.

_____. (2013) Reluctant stewards: Journalism in a democratic society. *Daedalus Journal*, *142*(2), 159–176. https://doi.org/10.1162/DAED_a_00210

Von Krogh, T., & Svensson, G. (2017). Media responses to media criticism. *Nordicom Review*, *38*(1), 47–64. http://doi.org/10.1515/nor-2016-0042

Von Krogh, T. (2012). *Understanding media accountability*. *Media accountability in relation to media criticism and media governance in Sweden 1940-2010* [Doctoral dissertation, Mid Sweden University]. Digitala Vetenskapliga Arkivet. http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:miun:diva-16679

Wolfgang, D., Vos, T. P., & Kelling, K. (2018). Journalism's relationship to democracy: Roles, attitudes, and practices. *Journalism Studies*, *20*(14), 1977–1994. http://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1547123

Waisbord, S. (2012). Democracy, journalism, and Latin American populism. *Journalism*, *14*(4), 504–521. http://doi.org/10.1177/1464884912464178

Wyatt, W. (2007). *Critical conversations – A theory of press criticism*. Hampton Press.

Zelizer, B. (2017). *What journalism could be*. Polity Press.

Nota biográfica

Juliana de Amorim Rosas é doutorada em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), comunicóloga na Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) e pesquisadora associada do Observatório da Ética Jornalística (objETHOS-UFSC).

ORCID iD: 0000-0002-2868-4227

ID Lattes: 6569235624328814

Morada: Universidade Federal de Santa Catarina, Campus Trindade, Florianópolis, SC, Brasil. CEP: 88040-970

Como citar:

Rosas, J. A. (2022). Para além das erratas: implicações democráticas da crítica do ombudsman de imprensa nos jornais Correio da Paraíba, Folha de S. Paulo e O Povo nos anos 1995 e 2019. *Revista Media & Jornalismo, 22*(41), 181-199. https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_10

Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição-Não Comercial 4.0 Internacional.

(Página deixada propositadamente em branco)

Recensões | Review

(Página deixada propositadamente em branco)

Hart, Roderick (2020). *Trump and us: What he says and why people listen*. Cambridge University Press.

https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_11

Estrela Serrano
Instituto de Comunicação da NOVA – ICNOVA, Portugal
estrela.serrano@sapo.pt

Submetido: 2022/03/29 | Aceite: 2022/07/04
Submitted: 2022/03/29 | Accepted: 2022/07/04

Trump and us é um livro baseado e inspirado na campanha presidencial de 2016 de Donald Trump. O autor, Roderick Hart, é titular da Shivers Chair em Comunicação e Professor na Universidade do Texas, Austin, ex-reitor do Moody College of Communication e diretor fundador do Annette Strauss Institute for Civic Life. São conhecidos os seus trabalhos nas áreas da análise do discurso, *media* e política e estudos presidenciais. Hart criou o programa DICTION para análise de texto assistida por computador, ferramenta em que baseia os dados deste livro.

Trump and us é um fresco sobre uma sociedade profundamente dividida na escolha eleitoral entre dois candidatos à presidência dos Estados Unidos – a democrata Hillary Clinton e o republicano Donald Trump –, a qual, segundo o autor, se traduziu numa das eleições "mais torturadas da história americana" (p. 4). Hart fornece evidências empíricas e elementos de reflexão sobre o papel determinante dos sentimentos e das emoções na eleição de Trump, sublinhando o desencontro entre a cobertura jornalística dos *media* de grande audiência e os interesses e expectativas dos apoiantes de Trump. Hart partilha a perplexidade de Clinton perante a sua derrota eleitoral e adota como um dos pontos de partida da sua investigação a questão que ela coloca no livro *What happened*: "Porque é que 62 milhões de americanos votaram em Donald Trump?" Nesse livro, Clinton tenta encontrar as razões que levaram esses milhões de pessoas – muitas das quais concordaram que Trump não era adequado para o cargo – a votar numa pessoa tão manifestamente desqualificada para ser Presidente. Hart afasta-se, contudo, da análise de Clinton sobre os motivos da sua derrota eleitoral, optando por explorar aspetos culturais da política americana e atitudes comportamentais dos apoiantes de Trump suscetíveis de justificarem a vitória do candidato republicano. Apoiado num extenso conjunto de indicadores quantitativos complementados com análises qualitativas, além de testemunhos de jornalistas e académicos, Hart procede a uma aprofundada análise do discurso político de Trump (p. i, prefácio).

O título do livro – *Trump and us* –, ao estabelecer uma separação entre "ele" (Trump) e "nós" (o povo), remete para o conceito de *populismo*, tal como definido por Mudde e Kaltwasser (2017) – visão que divide a sociedade em dois campos antagónicos: o "povo puro" *versus* a "elite corrupta". A analogia é desenvolvida pelo autor na Parte II, a partir da afirmação do próprio Trump "I am a populist" (pp. 47-48).

Trump and us possui uma estrutura híbrida, distinta do modelo canónico de trabalhos académicos, embora contenha todos os seus elementos definidores. Os títulos das seis partes que organizam o livro nomeiam sentimentos (*feelings*) que o autor identifica na retórica de Trump: *confinado, ignorado, encurralado, sitiado, cansado, resoluto,* os quais funcionam como bússolas organizadoras da leitura. Cada parte subdivide-se em capítulos cujos títulos apontam para aspetos da personalidade de Trump: *A chegada; A simplicidade; O populismo; As paixões; As "estórias"; Os medicamentos; As novidades; A espontaneidade; As lições*.

A metodologia usada por Hart permitiu-lhe captar e sistematizar aspetos da personalidade de Trump até aí não abordados noutros estudos de campanhas eleitorais. O *corpus* em que a análise se baseia não se apresenta sistematizado nem delimitado, estendendo-se por todos os capítulos do livro enquanto os instrumentos de análise abrangem a panóplia dos usados no campo das ciências da comunicação: análise de discurso, análise de conteúdo, análise comparativa, entrevistas, além de um vasto conjunto de depoimentos de académicos, políticos, jornalistas e público anónimo. Para além da uma extensa base de dados quantitativa completada com análises qualitativas dos seus discursos, Hart analisa também as publicações de Trump na rede social Twitter. Em cada capítulo, Hart procura o vínculo entre a retórica de Trump e os sentimentos de grande parte do seu eleitorado que vê nele o líder capaz de responder às suas inquietações e ansiedades. O livro mostra como Trump foi capaz de criar um laço emocional com aqueles que se sentem "confinados, ignorados, encurralados, sitiados, cansados" face aos líderes tradicionais e as suas propostas. Hart avalia negativamente a retórica de Trump em 2016, baseada nas emoções e medos, quando comparada com a de outros candidatos presidenciais desde 1948, embora reconheça a sua eficácia e a sua originalidade. O autor identifica em Trump "o estilo paranoico", conceito adoptado em 1964 por Hofstadter como "modo de expressão" e "retórica" da política americana, caracterizado por uma visão conspirativa, exagerada, suspeita e apocalíptica do mundo. Para Hart, Trump explorou esses sentimentos na campanha presidencial e durante a sua presidência. Segundo Hart, no uso do estilo paranoico (pp. 125-126) Trump duplica os resultados de Hillary Clinton, apesar de esta ter ultrapassado no uso desse estilo os candidatos democratas dos últimos anos. Este dado aponta para o crescimento do populismo identificado também em estudos de campanhas eleitorais em países europeus.

Hart salienta o desfasamento entre, por um lado, a cobertura jornalística dos *media* tradicionais e a elite dos comentadores e, por outro, aquilo que os apoiantes de Trump queriam ouvir (p. 141). Trump percebeu isso e não poupou críticas aos *media* nas suas intervenções públicas, provocando nos que o apoiavam sentimentos de raiva e revolta. Escalpelizando discursos, entrevistas, depoimentos, conferências de imprensa e outras intervenções públicas de Trump, Hart identifica emoções primárias traduzidas numa linguagem grosseira e agressiva que, em sua opinião, passou despercebida aos jornalistas, incluindo os acreditados na Casa Branca. Para Hart, a presidência de Donald Trump não pode ser entendida sem ter em conta essa mistura de palavras e emoções.

A eleição de Trump foi objeto de estudo por parte da academia, sendo vários os livros publicados sobre a sua estratégia de comunicação, em particular o uso da linguagem.

Quase no final do livro, no capítulo "My challenges" (p. 231), Hart escreve sobre o desafio que foi para si "explicar a multidimensionalidade de um homem unidimensional" constatando a dificuldade de escrever sobre Trump sem o caricaturar porque "Trump é tão estranho e tão ultrajante que provoca até o observador mais objetivo, polarizando o seu público para defendê-lo ou condená-lo". Hart consegue analisar Trump sem perder a objetividade do académico, apoiando-se em numerosas evidências e numa capacidade analítica e interpretativa derivada da sua longa experiência de cientista social. O livro tem ainda a particularidade de revelar as perplexidades do autor perante os resultados da sua própria investigação aos excessos retóricos de Trump.

Bibliografia

Clinton, H. R. (2017). *What happened*. Simon & Schuster

Mudde, C., & Kaltwasser, C. R. (2017). *Populismo: uma brevíssima introdução*. Gradiva

Nota biográfica

Estrela Serrano é doutorada em Sociologia da Comunicação, da Cultura e da Educação (ISCTE) e investigadora no ICNOVA. Foi vogal do Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), docente do mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação ISCTE e fundadora e diretora do curso de Jornalismo na ESCS.

ORCID iD: 0000-0001-8497-7254

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

Como citar

Serrano. E. (2022). Hart, Roderick (2020). Trump and us: What he says and why people listen. Cambridge University Press. *Revista Media & Jornalismo, 22*(41), 203-205. https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_11å

Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição-Não Comercial 4.0 Internacional.

(Página deixada propositadamente em branco)

Números de Revistas Media & Jornalismo publicadas

Revista Media & Jornalismo
V. 1, N. 1 – Outono 2002

Revista Media & Jornalismo
N.2, Ano 2 – Primavera/Verão 2003

Jornalismo em tempo de Guerra
N.3, Ano 2 – Outono/Inverno 2003

Media e Desporto
N.4, Ano 3 – Primavera/Verão 2004

As mulheres e os *media*
N.5, Ano 3 – Outono/Inverno 2004

Investigação e Globalização
N.6, Ano 4 – Primavera/Verão 2005

Comunicação e Política
N.7, Ano 4 –Outono/Inverno 2005

Imagens da Diferença
N.8, Ano 5 – Primavera/Verão 2006

O jornalismo e a História
N.9, Ano 5 – Outono/Inverno 2006

Jornalismo e Actos da Democracia
N.10, Ano 6 – Primavera/Verão 2007

Crianças e *Media*: Pesquisas e Práticas
N.11, Ano 6 – Outono/Inverno 2007

Estudos de Teatro e Censura - Portugal-Brasil
N.12, Ano 7 – Primavera/Verão 2008

Um Século de Ensino do Jornalismo
N.13, Ano 8 – Outono/Inverno 2008

A Europa e os *Media*
N.14, Vol.8 N.1 – Primavera/Verão 2009

Género, *Media*, Espaço Público
N.15, Vol.8, N.2 – Outono/Inverno 2009
Organização: Maria João Silveirinha / Colaboração editorial: Marisa Torres da Silva

Domesticações na Era dos Self *Media*
N.16, Vol.9, N.1 – Primavera/Verão 2010
Organização: Anabela Sousa Lopes / Colaboração editorial: Maria José Mata

Media, Jornalismo e Democracia
N.17, Vol.9, N.2 – Outono/Inverno 2010
Organização editorial: Nelson Traquina

Digital divides / Fracturas digitais
N.18, Vol.10, N.1– Primavera/Verão 2011
Organização editorial: João Pissarra Esteves

Inclusão e Participação Digital. Olhares sobre a sociedade portuguesa
N.19, Vol.10, N.2 – Outono/Inverno 2011
Organização editorial: Cristina Ponte e José Azevedo

Imagens e Jornalismo
N.20, Vol.11, N.1 – Primavera/Verão 2012
Organização editorial: Maria José Mata / Colaboração editorial: Anabela Sousa Lopes

Política no Feminino
N.21, Vol.11, N.2 – Junho 2012
Organização editorial: Ana Cabrera / Colaboração editorial: Carla Baptista

Crise, memória e esquecimento
N.22, Vol.12, N.1 – Primavera/Verão 2013
Organização editorial: Francisco Rui Cádima, Nelson Traquina e Marisa Torres da Silva

Repressão vs Expressão: Censura às artes e aos periódicos
N.23, Vol.12, N.1 – 0utono/Inverno 2013
Organização: Ana Cabrera / Apoio editorial: Patrícia Contreiras e Cláudia Henriques

Rádio: Contextos e linguagens
N.24, Vol.13, N.1– Primavera /Verão 2014
Organização editorial: Luís Bonixe

Da Cidade do México à Aldeia Transnacional -
Novas e velhas desigualdades comunicacionais de género
N.25, Vol.14, N.2 – Outono/Inverno 2014
Organização editorial: Maria João Silveirinha

Corrupção Política, *Media* e Democracia
N.26, Vol.14, N.1 – 2015
Organização editorial: Isabel Ferin Cunha e Estrela Serrano

Educação para os *Media* na Era Digital
N.27, Vol.15, N.2 –2015
Organização editorial: Ana Jorge, Maria José Brites e Sílvio Correia Santos

Cidadania e Democracia na Era Digital
Número Especial Dezembro 2015
Organização editorial: Teresa Mendes Flores e Marisa Torres da Silva

A dimensão laboratorial do ensino do jornalismo
N.28, Vol.16, N.1 – 2016
Organização editorial: Pedro Coelho e António Granado

Média e Colonialismo(s)
N.29, Vol.16, N.2 –2016
Organização editorial: Teresa Mendes Flores e Ana Cabrera

Mulheres e *Media*: Implicações Multidimensionais
N.30, Vol.17, N.1 – 2017
Organização editorial: Maria João Silveirinha

Media e Diversidade
N.31, Vol.17, N.2 – 2017
Organização editorial: Francisco Rui Cádima e Marisa Torres da Silva

Ética Jornalística para o Século XXI: Novos Desafios, Velhos Problemas
N.º 32 Vol. 18, N.º 1 – 2018
Organização editorial: Carla Baptista e Alberto Arons de Carvalho

Comunicação Estratégica Institucional e Organizacional
N.º 33 Vol. 18, N.º 2 – 2018
Organização editorial: Estrela Serrano e Ana Margarida Barreto

Publicidade: teorias, métodos e práticas
N.º 34 Vol. 19, N.º 1 – 2019
Organização editorial: Ivone Ferreira

Os Média no Portugal Contemporâneo
N.º 35 Vol. 19, N.º 2 – 2019
Organização editorial: Cláudia Henriques, Pedro Marques Gomes, Sílvia Marques Torres

Inovação nos *media* e indústrias criativas limítrofes
N.º 36 Vol. 20, N.º 1 – 2020
Organização editorial: António Granado, Dora Santos Silva, Paulo Nuno Vicente

O ensino e o estudo dos *media* e de jornalismo – tributo a Nelson Traquina
N.º 37 Vol. 20, N.º 2 – 2020
Organização editorial: Marisa Torres da Silva, Carla Baptista, Francisco Rui Cádima

Hibridismo nos *media*: novos géneros e formatos jornalísticos
N.º 38 Vol. 21, N.º 1 – 2021
Organização editorial: António Granado, Dora Santos Silva

O jornalismo na história contemporânea
N.º 39 Vol. 21, N.º 2 – 2021
Organização editorial: Carla Baptista e Jorge Pedro Sousa

Media e Populismo
N.º 40 Vol. 22, N.º 1 – 2022
Organização editorial: Liziane Soares Guazina, Isabel Ferin Cunha e Gianpietro Mazzoleni

Edição online em:
http://cicdigitalpolo.fcsh.unl.pt/pt/rmj_arquivo/ e
http://impactum-journals.uc.pt/index.php/mj/index

ARTIGOS

Apresentação. Media & Jornalismo: 20 anos

A commentary: communication, democracy and social change in crisis times - Disrupting power, dismantling injustices | Natalie Fenton

Remembering two friends, reexploring two books. *Personal influence & Media events* | Daniel Dayan

Quando Mário Mesquita entrevistou Elihu Katz | Telmo Gonçalves

A commentary: Who's looking out for journalists? | Valérie Bélair-Gagnon and Avery E. Holton

Assédio e hostilidade online contra jornalistas: dimensões experienciais e de género | Maria João Silveirinha, Susana Sampaio-Dias, João Miranda, Bibiana Garcez e Bruno Dias

What is (automated) news? A content analysis of algorithm-written news articles | Edson C. Tandoc Jr., Shangyuan Wu, Jessica Tan and Sofia Tan Contreras

News content analyses in the 21st century: A structured literature review | Jonathan Hendrickx and Michael Pakvis

Desafiando imaginários: práticas mediadas de jovens adultos em aplicações móveis | Inês Amaral, Ana Marta Flores e Eduardo Antunes

Confiança e uso dos media na União Europeia: determinantes socio-mediáticas da confiança nas autoridades locais e regionais | João Carlos Sousa e Ana Pinto Martinho

Revista do ICNOVA – Instituto de Comunicação da NOVA
Media e Jornalismo

Media&Jornalismo

REDE TIC e Sociedade
FCT Fundação para a Ciência e a Tecnologia
ICNOVA Instituto de Comunicação da NOVA

1 2 9 0
IU Imprensa da Universidade de Coimbra
Coimbra University Press