



O Observatório da Imprensa e a Crítica da Mídia na Era Digital¹ **A Cibercultura a serviço da Inteligência Coletiva e da Ação afirmativaⁱ**

Cláudio Cardoso de Paiva²

Universidade Federal da Paraíba

Resumo

Na chamada Idade Mídia, os efeitos de verdade se multiplicam e as referências estéticas, políticas, culturais ficam turvas, impedindo-nos de compreender e interagir com o mundo vivido. Logo, fazem-se necessários processos sociais de monitoramento das mídias, e este tem sido o papel do site *Observatório da Imprensa*. Por isso o colocamos em perspectiva, para explorar a relação entre a *modernidade tecnológica* e sua outra metade, a *modernidade social*. Logo, percebemos que estas instâncias estão em descompasso. Então, sob o signo do Hermes, mensageiro dos deuses, patrono da comunicação e mediador das facções opostas, lançamos uma mirada histórico-hermenêutica sobre a experiência cultural na “sociedade da informação”, vislumbrando suas contradições e paradoxos, e os seus aspectos geradores de processos democráticos.

Palavras-chave

Observatório da Imprensa; Cibercultura; Webjornalismo; Convergência Tecnológica

1. Introdução – WebJornalismo e Modernidade Tecnológica

A crítica da mídia é uma missão maldita (Dines, O.I. 8/4/2008)

Para compreender o jornalismo digital, convém deciframos a significação da imprensa, no rastro de uma modernidade iniciada com Gutemberg, no século XV, e para alcançar a sua importância na civilização, cumpre conhecer os clássicos *Da democracia na América* (Tocqueville, 1835), *Sobre a liberdade* (Stuart Mill, 1850) e *As Ilusões Perdidas* (Balzac, 1843). Em registros diferentes (ciência, filosofia e literatura), são obras essenciais para se entender o jornalismo como uma estrutura básica na formação do espírito democrático, consciência social e exercício da cidadania.

¹ Trabalho apresentado no GP - Conteúdos Digitais e Convergência Tecnológica, X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor Associado, DECOM/PPGC/UFPB. claudiopaiva@yahoo.com.br



Como estratégia metodológica, retomamos um argumento que se expressa no estudo de Habermas, “Modernidade, um projeto inacabado” (1983), inspirado na obra de Weber, *Economia e Sociedade* (1922), revisitada por Rouanet, no ensaio “Verdade e ilusão do pós-moderno” (1987), e atualizado por Castells, na obra monumental, *A Era da Informação. Economia, Sociedade e Cultura* (1999).

Norteados pela razão iluminista, os pensadores se empenharam em compreender e explicar o percurso histórico da modernidade (e suas fraturas). Esta perspectiva tem a vantagem de apresentar um pensamento organizado, que pode ajudar a entender a sociedade midiaticizada. Mas é preciso saber absorver a luz sem se ofuscar; convém não perder de vista a inserção dos registros filosóficos e sociológicos que atualizam o debate contemporâneo, incluindo as noções de “pós-modernidade” (Maffesoli, 1996) e “modernidade líquida” (Bauman, 2001). É auspicioso sondar o trabalho de quem está “com a mão na massa”, convém conhecer, nessa área, as obras fundamentais: *A pele da cultura* (Kherkove, 2009), *Communication Power* (Castells, 2009), *Antropológica do Espelho* (Muniz Sodré, 2002) e *O futuro da internet* (Lemos & Lévy, 2010).

Dialogicamente, observamos o espectro da modernização tecnológica e sua relação com o desenvolvimento social, e buscamos interpretar o webjornalismo, neste contexto de modernização, que revela avanços nos setores da produção, distribuição e consumo de informação, e ao mesmo tempo, descompassos na esfera socioeconômica, política e educacional.

O site do Observatório de Imprensa – nosso objeto de estudo - está licenciado através do Creative Commons (mesma licença dos softwares livre), que com base na cultura livre permite a cópia, distribuição e modificação de seus conteúdos gratuitamente, com a devida citação à fonte. A receita do site é adquirida através de banners discretos no topo de sua página e de propagandas incorporadas através do GoogleAdSense, um serviço que relaciona a publicidade com o conteúdo apresentado na página. O Oi tem a sabedoria de assimilar e compartilhar os valores éticos do jornalismo clássico, e de atualizá-los na era digital, como um farol de orientação para os cidadãos, e-leitores, navegantes do ciberespaço.

O desafio é compreender como o Observatório da Imprensa – que monitora a transformação dos fatos em reportagem - contribui para entendermos o desequilíbrio entre as duas faces de um mesmo processo de modernização.

Assim, lançamos uma mirada sobre a *Modernidade Social*, abarcando o *mundo vivido*, que circunscreve os domínios do “Cotidiano”, “Economia” e “Política”, e sobre



a *Modernidade Cultural*, abrangendo o *mundo sensível*, que contempla os domínios do “Saber” (incluindo a filosofia, a ciência e a técnica), da “Ética” (que reúne o *habitus*, a religião e a moral) e da “Arte” (que envolve o campo dos afetos e da razão sensível).

O *Observatório da Imprensa* se debruça analiticamente sobre a imediatez do discurso jornalístico, e – dado o seu vigoroso empenho de colaboração interativa – atua exitosamente no monitoramento das notícias. Trata-se de um dispositivo de *mediacriticism*, que contribui para a qualificação do trabalho jornalístico e revigoração do debate público, por meio dos processos tecno-sociais colaborativos.

O O.I. se concentra na análise, comentários e proposições sobre o jornalismo de interesse geral (...), acompanhando matérias publicadas em jornais [e outras mídias] e fazendo-lhes a crítica. Em torno deste núcleo (...) uma produção diversificada de comentários, notícias e debates [também dos formatos e conteúdos digitais], por jornalistas, intelectuais, estudantes e leitores em geral. (Braga, 2006: 109).

Capturamos algumas notícias no site, capturadas na agenda midiática nacional, que reportam os fatos de repercussão no espaço público, e sintetizam as coberturas do cotidiano, economia, política, ciência, ética e arte. Metodologicamente, agrupamos os títulos das notícias em blocos temáticos, definindo uma amostragem simbólica que, mesmo sem a exatidão da medição estatística, funcionam como dispositivos tecnológicos, que nos abrem eficazes janelas interpretativas. A estrutura e funcionamento do site fornecem o exemplo concreto de uma plataforma, com todas características do que se denomina hoje como redes sociais de comunicação. O seu conteúdo é alimentado pelas narrativas de internautas, especialistas, autônomos, voluntários, que asseguram a dinâmica interativa do site.

Ingressando no Observatório, a partir de um simples comando no computador, acessamos às notícias e ao seu monitoramento, e daí em diante, com os sensores ativados, começamos a formar uma percepção crítica do noticiário. É por essa via que podemos entender o slogan: “você nunca mais vai ler jornal da mesma maneira”.

Para entender a midiatização social (e sua crítica no OI), assimilamos as sugestões de profissionais, que têm revigorado os estudos de jornalismo, do lado de dentro e de fora da mídia, como Muniz Sodré, Alberto Dines e Carlos Castilho.

2. Ouvidoria e monitoramento do cotidiano midiatizado



Observamos os temas recorrentes na mídia de massa, rastreados pela OI e sua comunidade de leitores-comentaristas, e detectamos uma incidência de enfoque sobre os eventos corriqueiros, que viram motivo de rumores e falatórios, tornam-se o depósito dos afetos coletivos. As conversações cotidianas, em sua aparente banalidade, podem gerar consequências sociais e políticas imprevisíveis.

“Cala a Boca Galvão”, foi uma frase que entrou para o jargão popular na Copa 2010, extrapolando o sentido de uma piada nacional, transformou-se numa ocorrência política, pois Galvão é porta-voz esportivo da maior mídia de massa do país. Este *case* inusitado permitiu aos internautas fazerem a crítica da hegemonia da Rede Globo. Positivamente, as leituras intertextuais do OI nos revelam a tessitura das associações políticas e financeiras da CBF & Rede Globo, nos bastidores da Copa do Mundo.

Outro *fait divers* marcante foi criado em torno do caso da estudante Geise Arruda (agredida e expulsa da escola, por atentado à moral), midiaticizado, virou objeto de debate no OI. O título “TV à manivela: a dama de rosa choque e o apagão nacional” serviu de pretexto para uma discussão em rede, do universo das candidatas à celebridade, do ethos machista, da violência contra a mulher.

As matérias veiculadas no site são duplamente intituladas: a voz do OI e a voz do autor se emparelham: o primeiro título é do OI, o segundo é anterior (vem de outra mídia). Este expediente já antecipa um efeito dialógico que vai provocar a interatividade dos leitores, com eventuais críticas, comentários e edição de novos textos.

A matéria da Seção de Debates do OI - “*Celebridades do Esporte. O espetáculo e suas perversões*” (Sodré, 6.7.2010) - critica a cobertura do caso do goleiro do Flamengo envolvido num crime. Um exercício de midiaticismo, apoiado nos recursos discursivos e tecnológicos, investigação coletiva da dimensão letal da espetacularização.

“Funeral de Michael Jackson tem estrutura de megashow”, refere um acontecimento que abalou a sensibilidade planetária. E tratando dessa matéria, o site propicia uma leitura dinâmica, hipertextual, gerando o consumo crítico das notícias por processos de desmitificação. O culto do ídolo e a perversidade de sua midiaticização são escaneados pelo olhar crítico do OI. Mas isto só é possível com o expediente interativo, realizado pelos leitores-internautas, suas leituras, críticas, comentários e sugestões.

Com mais intensidade, predominam na mídia o registro dos desastres, crimes e fenômenos extremos. Os afetos tristes compõem uma parte nevrálgica dos conteúdos midiáticos, nem sempre evidenciadas de maneira ética e respeitosa.



A mercantilização da dor e sua construção de sentido são desmontadas nas postagens, críticas e sugestões em rede, no OI. Opondo-se à manipulação dos afetos, da estetização do sofrimento, o OI desarma as estruturas narrativas perversas, estimulando um tratamento mais ético às reportagens; vejam-se os seguintes exemplos:

Os casos do menino João Hélio, Isabela Nardoni, Suzane Richthofen, Eloá Pimentel e Elisa Samúdio, constituem ocorrências trágicas, e dramatizadas à exaustão na mídia, que assume o papel de juiz, numa tribuna que não lhe foi outorgada.

A estratégia de comunicação do OI elabora uma versão mais fidedigna do acontecimento, passa pelo olhar interativo dos especialistas, conforma evidência a matéria seguinte: “Processos Midiáticos. Reflexões sobre as dimensões do espetáculo”.

Os desastres naturais, queda de aviões, naufrágios e enchentes, igualmente, são contaminados pelo frenesi midiático de serializar os sinistros, objetivando capitalizar o *pathos* coletivo. Por meio dos processos técnico-enunciativos, as mídias formulam sua própria sentença, expedem certidões de culpabilidade, transformam o acontecimento trágico num circo midiático, que foge ao âmbito mais trivial da ética e da solidariedade humana. A participação dos internautas, através do monitoramento das reportagens, e sob o olhar vigilante de Alberto Dines, forjam um espaço crítico e dialógico, que estabelece uma democratização comunicativa.

O site se empenha na decupagem ético-interpretativa das narrativas midiáticas, separando essência e aparência, distinguindo a veracidade dos fatos e os efeitos de verdade simulados pela estratégia de espetacularização.

3. A economia das troc@s digitais

Bloco de Economia: “New York Times: cobra acesso à notícias on line”; “ Livre fluxo de informações ameaçado pela guerra entre Microsoft e News Corp contra Google”; “Sustentabilidade financeira de noticiário une jornais e blogs”.

As notícias supracitadas, compartilhadas e analisadas pela comunidade virtual do OI, desdobra os acontecimentos econômicos e os dissemina em rede fazendo articulações temáticas que instigam o debate na esfera pública informatizada.

A “galáxia internet” fortaleceu o sistema pós-industrial, através da informatização; forneceu combustível ao processo de globalização, graças ao avanço tecnológico das auto-estradas da informação, dos meios digitais, telemáticos. A parte positiva deste negócio advém da contracultura norte-americana, dos engenheiros



outsiders, que anarquicamente, contribuíram para a sedimentação de redes sociais – através dos pcs - ampliando coletivamente o potencial cognitivo e político.

Devido ao caráter horizontal da internet, as redes representam uma ameaça aos tradicionais detentores do poder midiático, o que coloca em crise as experiências indesejáveis como o “coronelismo eletrônico”. A regra do “vale quanto pesa” para os negócios do jornalismo, desde “Cidadão Kane” até “Cidadão Murdoch” - continua valendo. Presidente da News Corporation, um dos maiores conglomerados de mídia no mundo, Murdoch defende a comercialização das notícias pela internet.

Entretanto, com o surgimento dos dispositivos de monitoramento, aprimorados pelas tecnologias de visibilidade e vigilância, ocorrem mudanças nas formas de luta e negociação entre os “donos das mídias” e os internautas, “ativistas midiáticos”, que usam as redes sociais como instrumentos de comunicação política, em defesa da participação gratuita dos indivíduos nos processos de decisão pública.

Para entender a economia de trocas na era digital é necessário reconhecer as modalidades recentes de produção, circulação e consumo, no bojo da nova economia informacional, que transfigura a tradicional economia comunicacional.

Se a globalização propicia - para pior - a pulverização do jornalismo crítico-investigativo, reconfigura - para melhor - as redes sociais de informação, inaugurando um estilo de comunicação mais incluyente e participativo,

Nessa direção convergem os estudos de Antoun (2004), Amadeu (2001), Castilho (2010) e Lemos (2009), que apostam no uso das tecnologias de comunicação e no livre fluxo da informação, como fatores de desenvolvimento social.

As redes trouxeram grandes vantagens para os profissionais autônomos, equipados com as tecnologias digitais, usando os sites, blogs, twitters, podcasts: sem dispendir muito dinheiro, estes vêm ganhando prestígio e credibilidade, e desta forma reconfiguram a balança comercial dos negócios jornalísticos.

As matérias jornalísticas capturadas, divulgadas e debatidas (pelos usuários em rede) acerca da interface Mídia & Economia, em sua maior parte, advêm das notícias de jornais, periódicos e revistas especializadas; partem também de ensaios e monografias, mas, sobretudo, originam dos internautas indignados com o controle dos grupos econômicos dominantes no mercado, sobre os bens culturais.



4. O empoderamento dos usuários, e-leitores, cidadãos

O Observatório nos apresenta instigantes análises dos fatos políticos, com a vantagem de atuar num ambiente de convergência tecnológica e uma hipertextualidade dinâmica que define os termos do espaço público informacional. O olhar sobre as crises políticas e institucionais estão nas páginas do OI, como podemos confirmar a seguir:

Bloco da Política: “O escândalo dos Mensalões”; “O Caso Sarney: o coronelismo eletrônico sem controle”; “A incógnita da internet no jogo político eleitoral”; “Jornalistas usam blogs e redes sociais como fonte informativa”.

Examinando o tratamento da informação política no OI, relembramos que a corrupção no poder historicamente tem acarretado prejuízos no processo civilizatório. Todavia, hoje, o controle social das tecnologias de comunicação – com podemos perceber – implica em novas estratégias de empoderamento social.

Na academia, a perspectiva crítica tem estado de olho na interface Comunicação & Poder, conforme demonstram as pesquisas de Gomes (2004), Lima (2006), Rudiger (2007) e Trivinho (2007). Mas há algum novo em tudo isso, que pode ser percebido pelas lentes de uma sociologia das mídias colaborativas, uma fundamentação teórica baseada nas experiências vivenciadas no ciberespaço.

Na era da tela total, com as tecnologias móveis, de visibilidade e vigilância, os ambientes em que se instalam o poder se tornaram mais transparentes, e esta circunstância contribui efetivamente para uma elevação da ética, da qualidade de vida social e política. A corrupção teme a transparência e a visibilidade, pois trabalha em segredo, na moita. Suas estratégias estão fadadas ao fracasso, na era das redes e telas globais; ficou mais difícil roubar, depois das microcâmeras fotográficas, canetas espíãs, celulares com gravador de som e laptops, conectados às editorias da imprensa e dos telejornais: tudo isso, conectado, provoca uma viralização perigosa, que pode fazer um bom estrago na carreira de qualquer político corrupto.

Nessa direção, encontramos o trabalho instigante, organizado por Bruno; Kanashiro; Firmino (2010), autores que mergulham fundo - e em grupo - na complexidade da sociedade e cultura tecnológica.

Bloco da política internacional: “Cuba: Governo bloqueia blog mais lido do país”; “Irã corta internet antes de protesto”; “Mídia e conflitos no Oriente Médio”; “Massacre na Rússia”; “Atentado em Madri”; “Terrorismo e Mídia: Sérgio Vieira de Mello”; “Guerra EUA x Iraque”; “Cobertura da imprensa no golpe da Venezuela”.



Os títulos enunciados acima revelam a inserção das tecnologias de comunicação no cerne dos conflitos. Mostram como os dispositivos informacionais – em escala mundial – favorecem a agilidade de novas ações afirmativas no universo político. A ubiquidade e velocidade das mídias digitais favorecem leituras imersivas que nos informam a dimensão dos conflitos internacionais. E, o O.I. tem promovido a leitura dos diálogos e confrontações entre as facções antagônicas; como expressão feliz do wejornalismo, não cessa de apresentar elementos que contribuem para uma atualização do debate sobre a comunicação, poder e contrapoder. Ver a respeito, os textos de Castells (2007), Antoun (2010), Bolaño & Brittos (2010).

Podemos apostar nas estratégias comunicacionais recentes, que têm encontrado nos meios telemáticos a oportunidade para agenciar novas modalidades de ampliação do debate público, promovendo uma visualização das mediações entre o Estado, a Sociedade, o Mercado dos bens culturais. Por aí, passa a discussão do *copyright* versus o *copyleft*, a utilização da internet pelos partidos políticos e o uso das mídias portáteis, como celulares, driblando a censura, em países como Cuba, China, Venezuela e Irã, como nos revelam Lemos (2010); Amadeu (2001) e Recuero (2009).

5. As formas do saber: inteligência cognitiva, sensorialidade e tecnologia

Edgar Morin, na obra *O Método* [1973-2004], nos alerta para os níveis de complexidade da cultura contemporânea, em que a filosofia, a ciência e a técnica estão interligadas; logo instiga-nos a compreender o estágio de democratização gerada pela modernização tecnológica, em que os saberes e competências se equivalem.

Um dos eixos da agenda temática do OI, com relação à cultura, concerne ao problema da exigência da Educação de Nível Superior para os jornalistas; é um assunto que se presta a controvérsias e encontra no OI um espaço para a sua mediação, graças à interconectividade dos internautas, docentes, pesquisadores, jornalistas profissionais.

O bloco com os temas da política - “A obrigatoriedade do diploma”; “O fim da exigência do diploma”; “A volta do diploma de Jornalismo”; “Solução para crise da Imprensa pode estar na Universidade” – nos atualiza no debate mais recente.

O OI permanece atento ao problema central da cultura, a Educação, e investiga as conexões entre a mídia, a educação e a tecnologia.



“A revolução em 140 caracteres”; “Twitter pressiona mudanças na atividade jornalística”; “O iPad e o jornalismo impresso”; “Novas mídias: blogs; Jornalismo Científico”; “É difícil transição do discurso para a conversa on line”.

Diante desses dados, notamos que a cultura digital insere inovações importantes principalmente no que respeita à interface Mídia & Educação. Verificando o site, encontramos o compartilhamento de leituras e interpretações que demonstram a redefinição dos conceitos sociais sobre mídia e educação.

A escola ainda é o lócus privilegiado para a reflexão, análise, investigação, onde nasce o gosto pela leitura e a produção do método; é a instância adequada se discutir a prática teórica e profissional, e refinar a faculdade de julgar e se orientar a partir de uma nova consciência ético-política.

As redes educativas - dentro e fora da Escola - levam as novas gerações a descobrir modos inéditos de se informar, interagir e adquirir novas aptidões.

O acervo de textos do O.I., como tijolos de uma grande biblioteca virtual, favorece a pesquisa, o ensino e a aprendizagem à distância, em plena mobilidade, em tempo real e de forma colaborativa, conforme demonstram as discussões em rede, a partir das matérias jornalísticas disponibilizadas.

As hipermídias contribuíram para a ampliação do debate, distinguindo os “sistemas educativos” e os “sistemas midiáticos”, dos processos educacionais e processos comunicacionais. Isso se torna evidente, na observação das entrevistas com educadores, intelectuais, jornalistas, que entram no jogo da interatividade, e se predispõem a receber os comentários, críticas e questionamentos:

Neste sentido, são exemplares as entrevistas com Renato Janine Ribeiro, Roberto Damatta, Roberto D’Ávila, entre outros, cuja participação no OI, abrem janelas importantes para entendermos a lógica social das competências cognitivas emergentes na era da informação. Por este prisma, Carlos Castilho discute a pertinência do “Jornalismo em rede como ponto de encontro entre profissionais e amadores”, e analisa como o “Livro Digital ensina leitura crítica da imprensa” (Cf. Código Aberto, OI, 2010). Convém reconhecer, o e-leitor-internauta-cidadão, dependendo da maneira como interage com as informações *on line*, tem a chance de potencializar o seu capital cognitivo, intelectual; pode ler (e interagir) na internet, explorando as bibliotecas virtuais, os sites dos periódicos e revistas especializadas.

6. A ética e o *ethos* midiaticizado



Aqui se vai procurar mostrar que a mídia (“meios” e “hipermeios”) implica uma nova qualificação da vida, um bios virtual. Sua especificidade, em face das formas de vida tradicionais, consiste na criação de uma eticidade (costume, conduta, cognição sensorialismo) estetizante e vicário, uma espécie de “terceira natureza. À maneira do “anjo”, mensageiro de um poder simultâneo, instantâneo e global exercido num espaço etéreo, as tecnologias da comunicação instituem-se como “boca de Deus”: uma sintaxe universal que fetichiza a realidade e reduz a complexidade das antigas diferenças ao unum mercado. (Muniz Sodré in *Antropológica do Espelho*, 2002, p.11).

Sodré parece severo ao contemplar a condição humana nos tempos da cibercultura, entretanto a sua análise é lúcida e esclarecedora; desnuda com inteligência e originalidade os meandros das relações entre os indivíduos com a “terceira natureza”. Os seus argumentos vêm a calhar, no que respeita às decalagens entre o ágil processo de modernização tecnológica e o lento processo de modernização social. A sua “teoria da comunicação linear e em rede” faz um diagnóstico preciso, mas pressupomos que não esgota o tema da ética (e das “moralidades pós-modernas”), pois minimiza as formas de empoderamento do social, distintamente de Castells (1999), indicando o “poder da identidade”, Braga (2006), apontando os “sistemas sociais de resposta”, Kerckove (2009), enfocando a redes neurais e as identidades na nova realidade eletrônica, e Christofolletti (2008), demarcando os olhares da cidadania.

Para além da simples “netiqueta” que, em tese, norteia os procedimentos comunicacionais em rede, buscamos entender como o O.I. apresenta uma discussão mais ampla da interface Ética & Comunicação.

Bloco do tema Ética: “Os manés, bispos e espertalhões”; “O Poder da mídia em transformar bandidos em mito”; “A moral provisória do jornalismo”; “Transparência, o grande desafio da imprensa na era digital”; “Intimidação na Web. “Observatório sofre ataque de hackers e sai do ar”. “Mídia & Pirataria: Os Robin Hoods eletrônicos”.

Rastreando o OI, no contexto de uma discussão sobre ética e comunicação, esbarramos nos problemas da mídia, poder, sociedade laica, parcialidade jornalística e midiatização da fé. Evidentemente, esta problemática se articula com as questões econômicas e políticas estruturais, mas aqui adquire traços particulares, solicitando uma discussão do papel da mídia face aos fundamentalismos religiosos e mercadológicos.

A grande equação que se coloca é: como equilibrar a convivência entre o Estado Laico e a mídia religiosa? No fundo, persiste a desconfiança geral sobre os dízimos



eletrônicos e a mercantilização da fé. E, num outro extremo, discute-se a naturalização católica das instituições oficiais, num país marcado pelo sincretismo religioso e cultural.

O que está em jogo, na Idade Mídia, é a relação das novas tecnologias de comunicação com o princípio democrático, uma interface delicada que passa pelas redefinição das distinções entre esfera pública e esfera privada, pela dimensão contracultural dos hackers e crackers, que ocupam lugares distintos no domínio da “pirataria” (musical e audiovisual). Esta experiência remete ao desequilíbrio entre a modernidade tecnológica e o projeto de desenvolvimento social; conforme sugerem Lemos (2008), Sá (2004), Amaral (2006) e Nobre (2010), alertando para os processos de ressignificação da pirataria no ciberespaço.

7. O estado da arte do belo na era digital

De olho na configuração polifônica, multimidiática e hipertextual do OI, que absorve - dialogicamente – vários afetos e discursividades coletivas, e pensando na ecologia da comunicação contemporânea, atravessada pelas tecnologias audiovisuais, apostamos na premissa de que as artes se infiltraram nos diversos espaços e cotidianos, gerando transcendências efêmeras que reconfortam inúmeras tribos contemporâneas. E, ao mesmo tempo, se dissemina uma estetização social promovida pelas indústrias culturais, que – sedutoramente – ainda modelam uma grande parcela do gosto social.

Num opúsculo recente, Santaella, lança uma indagação instigante: “*por que as comunicações e as artes estão convergindo?*” (2005). A questão nos interessa para explorar as formas emergentes do jornalismo e da arte na era da “virtualidade real”, e nos leva a refletir sobre a política cultural, os problemas da autoridade, competência e legitimidade dos discursos dos artistas e empresários, os critérios de objetividade e subjetividade, as questões de autoria, a pirataria, as regulamentações jurídicas, a liberação dos suportes tradicionais e o uso coletivo dos meios.

Algumas reflexões são suscitadas pela provocação amistosa da semioticista, lembrando que não há fronteiras muito rígidas no campo polifônico da comunicação, enquanto arte, ciência, técnica e política; e em termos de uma epistemologia voltada para um setor específico do campo da comunicação, diríamos que essa regra é válida também para exercício do jornalismo.



Encontramos a projeção destas questões no conteúdo das reportagens, monitoradas pelo OI que, em linhas gerais se voltam para o exercício do jornalismo cultural, crítica da cultura de massa e da mercantilização cultural.

Na pós-modernidade, o cotidiano se tornou estetizado; o artificial se tornou natural e vivenciamos numa terceira natureza, propiciada pelas tecnologias do virtual. Experimentamos um processo que já vinha ocorrendo desde a “modernidade tardia” da cultura audiovisual, mas que agora se intensifica e se acelera, através dos dispositivos digitais como o Orkut, My Space, MSN, YOUTUBE, Second Life, Flickr. Tudo isso passa pela crítica social do OI, monitorando as notícias do jornalismo cultural.

Numa ambiência aparentemente desordenada os artistas, desafiando os grandes piratas da indústria fonográfica, compartilham a sua poética musical, e atualizam uma revolução acústica e visual, antecipada pelo rock, o pop, o underground, mas que agora se mescla com as imagens do cinema 3D, vídeo-holografia, moda e publicidade.

De fato, na era digital, assistimos a uma transfiguração das belas artes, que são mixadas com as tendências emergentes. Uma arte minimalista, transitória e descartável, que adquire outra significação, quando revigorada pelos processos digitais e comutativos, como nos expõe, na teoria e prática, Giselle Biguelman.

Neste contexto se confraternizam os estetas, empresários, artistas, jornalistas e outsiders da sociedade pós-industrial, ritualizando uma conexão global de todas as tendências. Isto seduz a sensibilidade dos jovens, que sempre constituíram as tribos rebeldes na história da cultura, e hoje, usando os recursos informacionais disponíveis, elaboram outras artes e novas linguagens, liberando outra experiência de vida.

8. Considerações finais: o espaço crítico, para além das mídias digitais

O público, cada vez mais, percebe que a relação com os meios de comunicação pode ir além do simples contrato de receber passivamente pacotes de informações e entretenimento. O público, cada vez mais, quer participar do processo, quer interagir, opinar, criticar e sugerir. Essa mudança de cultura já está infiltrada nas sociedades e ganha maior evidência nos contextos em que a democracia está mais consolidada. Isto é, hoje, a cidadania também é exercida na arena da mídia, na frente da TV, ao pé do rádio, diante da telinha do computador ou das páginas impressas. Nas últimas duas décadas, diversos instrumentos de participação e leitura da mídia foram criados, disseminados e aperfeiçoados. Entre os mais evidentes desses dispositivos, estão os observatórios de mídia, que se ocupam não apenas de ler os meios de comunicação, mas também em difundir uma cultura de consumo crítico das informações veiculadas. Uma espécie de vitrine, esses observatórios funcionam como janela da mídia para a sociedade e espelho de uma dimensão da sua



cidadania. In: *Observatórios de mídia: olhares da cidadania* (Christofoletti, 2008).

A simples alocação de uma mídia em ambiente digital não a caracteriza como um produto *moderno*, cuja acepção original pode ser traduzida como a *modulação* das ações empenhadas na elevação da qualidade da informação, da comunicação e do conhecimento. Os sites estáticos e pouco interativos, que comportam apenas uma digitalização de conteúdo analógico e apresentam pouca ou nenhuma inovação, não podem ser considerados produtos das mídias digitais e sim subprodutos digitalizados.

Neste trabalho procuramos observar as suas inscrições no contexto da “comunicação aberta”, configurada pelo Observatório da Imprensa. E, objetivamos investigar a *performance* do webjornalismo, perseguindo a idéia de que esta modalidade midiática, funciona como uma ferramenta de controle social e monitoramento, num contexto paradoxal e contraditório, em que a modernidade tecnológica (incorporada pela cibercultura) se relaciona com a modernidade social de maneira desbalanceada.

Em nossos dias - persistem ainda as formas verticais de informação impedindo o melhoramento da educação e cultura. Todavia, partimos de um ponto de vista hermenêutico, que deriva da figura mitológica de Hermes, o patrono da comunicação, mensageiro dos deuses, protetor dos comerciantes, estudiosos e navegadores, o mediador que enfrenta a coincidência dos opostos e batalha pela aproximação dialógica das fronteiras. Numa época, em que as tecnologias da comunicação se expandem, o espírito de Hermes retorna, atualizando o princípio de que a comunicação significa o caminho para o êxito nos empreendimentos humanos. Mas, conhecendo os céus e os infernos, alerta para o fato de que este caminho não ocorre sem turbulências, e que o sucesso da comunicação depende do enfrentamento dos conflitos e adversidades.

9. REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, A; LADEIRA, J.D.M; SILVA, M.A.R. *Media criticism à brasileira: o Observatório da Imprensa*. X Encontro Anual da Compós, Brasília, 2001.
<http://www.facom.ufba.br/Pos/gtjornalismo/doc/2001/albuquerque2001.rtf>

AMADEU, S. *Exclusão digital: a miséria na era da informação*. Perseu Abramo, 2001.

AMARAL, A. *Visões Perigosas*. Porto Alegre: Sulina, 2006

ANTOUN, H. Trezentos (Blog Coletivo). http://www.trezentos.blog.br/?page_id=2



- BARBÉRO, J.M. “Caminhamos rumo a uma inteligência coletiva” (Entrevista / Carolina Rojas & Graziela Wolfart). <http://www.ciseco.org.br/entrevistas.php?id=6>
- BAUMAN, Z. *Modernidade Líquida*. Zahar, 2001;
- BOLAÑO, C.R.S; BRITTOS, V.C. “Blogsfera, espaço público e campo jornalístico: o caso das eleições presidenciais brasileiras de 2006”. INTERCOM – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo: vol. 33, nº 1, jan./jun.2010.
- BRAGA, J.L. “Observatório da Imprensa”. In: BRAGA, J.L. *A sociedade enfrenta a sua mídia*. Dispositivos sociais de crítica midiática. S. Paulo: Paulus, 2006.
- BRUNO, F; KANASHIRO, M; FIRMINO, R. Vigilância e Visibilidade. Espaço, tecnologia e identificação. Porto Alegre: Sulina, 2010.
- CANCLINI, N.G. *Diferentes, desiguais, desconectados*. UFRJ, 2005.
- CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. Paz e Terra, 1999; ___ *Poder da identidade*. Paz e Terra, 2002; ___ *A galaxia Internet*. Zahar, 2003; ___ *Communication Power*. Oxford, 2009.
- CASTILHO, C. Código Aberto. Blog do Observatório da Imprensa. http://www.observatoriodaimprensa.com.br/blogs.asp?id_blog=2#
- CHRISTOFOLETTI, R. *Observatórios de mídia: olhares da cidadania*. Paulus, 2008.
- KERCKOVE, D. *A pele da cultura*. Investigando a nova realidade eletrônica. Annablume, 2009.
- LEMOS, A. *Cibercultura*. Tecnologia e Vida Social na cultura contemporânea. Sulina: “Software Livre”. In: Blog Trezentos, 2009 <http://www.trezentos.blog.br/?author=26>
- LEVY, P. *A inteligência coletiva*. Loyola, 2003; ___ *Cibercultura*. S. Paulo: Ed.34, 1998
- LEVY, P; LEMOS, A. *O futuro da internet*. Paulus, 2010.
- MAFFESOLI, M. *Iconologies. Nos idolatries postmodernes*, Paris, Albin Michel, 2008;
- DINES, A. Mídia, política e religião: uma mistura explosiva. O.I. na TV, 25.08.2009 http://www.observatoriodaimprensa.com.br/oinatv.asp?Tv_edi=517
- NOBRE, C. Os processos de resignificação da pirataria no ciberespaço. In: 19º Encontro Anual da Compós. PUC-RIO, 2010. <http://compos.com.pucrio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=33>
- PRIMO, A. *Interação mediada por computador*. Sulina, 2007.
- RECUERO, R. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- ROUANET, S. P. “Verdade e ilusão do pós-moderno”. In: *As razões do iluminismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.
- RODRIGUES, A. *Cultura e Comunicação*. Lisboa: Presença, 1994.
- RUBIM, A.A.C. *Comunicação & Política*. S. Paulo: Hacker, 2008.
- SANTAELLA, L. *Linguagens líquidas na era da mobilidade*. S. Paulo: Paulus, 2007; ___ ___ *Porque as comunicações e as artes estão convergindo?* Editora Paulus – São Paulo. 2005.



PEREIRA DE SÁ, S. *Mediações Musicais Através dos Telefones Celulares*. Intercom, 2004.

SODRÉ, M. *Antropológica do Espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Rio de Janeiro: Vozes, 2002; ___ *As estratégias sensíveis. Afeto, mídia e Política*. Ed. Vozes, 2006; ___ *A narração do fato. Notas para uma teoria do acontecimento*. Vozes, 2009;

TRIVINHO, E. *A dromocracia cibercultural*. Lógica da vida humana na civilização avançada. S. Paulo: Paulus: 2007.

ⁱ Este trabalho foi realizado com a colaboração do pesquisador Paulo Henrique Souto Maior Serrano, Graduado em Comunicação, UFPB, e fazendo PósGraduação, em Letras, UFMG.