

Introdução

A actualidade dos *media*: memória e metadiscurso

Manuel Pinto e Sandra Marinho

Este volume, que integra a colecção Comunicação e Sociedade, é uma publicação do projecto Mediascópio – Estudo da Reconfiguração do Campo da Comunicação e dos *Media* em Portugal¹ e procura dar continuidade ao trabalho de registo e reflexão sobre os *media* iniciado com a obra a “A comunicação e os *media* em Portugal 1995-1999: cronologia e leitura de tendências”². Organiza-se em duas partes: uma primeira, constituída por catorze “Olhares sobre os Sectores”, um conjunto de contributos para a discussão de problemáticas identificadas a partir da análise dos acontecimentos que ocorreram no campo dos *media*, entre 2000 e 2004; e um segundo momento, onde se apresenta uma versão editada da Cronologia desses acontecimentos, a partir do que foi publicado pelos órgãos de imprensa.

O interesse em estudar os *media*, através dos discursos que estes produzem sobre os acontecimentos que ocorrem no seu campo, decorre, antes de mais, do reconhecimento da importância do papel que desempenham enquanto “instâncias de memória”: na qualidade de enunciadores da vida social (do presente); como enunciadores dos próprios *media* (metadiscursos mediáticos) e como fonte da história, no sentido da preservação da memória colectiva.

O trabalho aqui apresentado inscreve-se nos objectivos assumidos pelo Mediascópio, os quais se foram concretizando através de um conjunto de actividades, como veremos adiante. Foram estes os propósitos do projecto:

- reunir, sistematizar, analisar e difundir informação relativa à esfera dos *media* e da comunicação na actualidade, com base primordialmente nos próprios *media*;
- analisar criticamente o desenvolvimento de tendências e de novos fenómenos nestas áreas;
- aprofundar questões ou casos que, pela sua natureza e alcance teórico e empírico, sejam susceptíveis de tratamento específico.

¹ Este projecto foi desenvolvido de 2002 a 2006, no CECS (Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho) e foi financiado pela FCT (POCTI/COM/41888/2001).

² Edição da Universidade do Minho, 2000.

jornalísticas, nomeadamente com a emergência e impacto da Internet; as transformações nos géneros e formatos, com especial incidência no jornalismo digital; as lógicas empresariais e dos grupos mediáticos, especialmente no respeitante às orientações editoriais; na formação e nos papéis e identidades dos profissionais; e finalmente nos desafios para o jornalismo e para a cidadania, decorrentes do acesso e uso de ferramentas de auto-edição em rede.

- A Regulação dos *Media* em Portugal – o caso da ERC: este projecto propõe-se acompanhar criticamente a actividade da recém-criada Entidade Reguladora da Comunicação Social (ERC), pretendendo analisar o papel desta instituição e, mais globalmente, da regulação mediática nos contextos nacional e internacional. Pretende-se examinar de que modo a história, o modelo conceptual e a acção da ERC poderão aprofundar o nosso entendimento das estruturas de poder, na esfera mediática, entre o Estado e a sociedade civil e dentro da sociedade civil. Considerando que os reguladores têm como função contribuir para um desempenho socialmente responsável dos *media*, contribuindo para a democratização e para o desenvolvimento das comunidades, este projecto pretende alargar o conhecimento científico sobre o passado da ERC e a sua presente configuração, avaliando criticamente a sua actividade diária.

- Observatório da Programação Televisiva – os programas de informação e os conteúdos para a infância: este projecto propõe-se analisar duas áreas que constituem pilares da programação televisiva – os programas de informação e os programas destinados ao público infantil. Este projecto dá continuidade à investigação que as duas investigadoras que o dirigem desenvolveram no quadro do Mediascópio e que constituiu a base das respectivas teses de doutoramento. Tomando o ano de 1992 (início da televisão privada em Portugal) como referência, este projecto permitirá continuar o trabalho de observação e análise sistemáticas da oferta televisiva nestas duas áreas, em ordem a perceber a configuração que o campo televisivo tem ou poderia ter e, por outro, compreender melhor que tipo de sociedade a TV absorve e devolve ao exterior.

Os projectos acima enunciados traduzem a convicção, já presente no Mediascópio, de que um melhor conhecimento do campo dos *media* e da forma como estes enunciam e constroem a actualidade sobre si próprios e a realidade social pode constituir relevante contributo não só para as ciências da comunicação, mas para a sociedade no seu todo, para a qual devem retornar os resultados da pesquisa. Esta é uma estratégia de implicação, intervenção e consequência que se pretende manter em trabalhos futuros, um traço que, em nosso ver, caracteriza igualmente esta publicação.