

CATARINA DUFF BURNAY

cburnay@fch.lisboa.ucp.pt

FACULDADE DE CIÊNCIAS HUMANAS | UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

## DO ESPAÇO MEDIÁTICO AO “ESPAÇO MEDIÁTICO”: ESPAÇO PÚBLICO E DESAFIOS DOS TEMPOS

A conferência “Literacia, *Media* e Cidadania”, na sua 4.<sup>a</sup> edição, é um *forum* privilegiado para a reflexão conjunta sobre o papel dos média na sociedade, a sua repercussão sociocultural, bem como sobre o papel de todos nós, não só como utilizadores de aparatos e produtores/consumidores de textos, mas também como cidadãos com responsabilidades sociais e deveres cívicos<sup>1</sup>. Ao longo dos tempos, a tecnologia, a sociedade e o indivíduo foram e vão assumindo funções sociais e culturais atualizados de forma cíclica; teoricamente, oscila-se entre a ecologia mediática, o determinismo tecnológico e as necessidades sociais supervenientes, entre a ideia de revolução e evolução (McLuhan, 2008; Winston, 1998); entre a indústria e a cultura, entre visões apocalípticas e integradas (Adorno & Horkheimer, 1985; Eco, 1991). A “(des)ordem mediática em curso” do hoje, que inverte e subverte lógicas estabelecidas em diferentes contextos, é igual às (des)ordens do ontem, tal como será igual às (des)ordens do amanhã, pelo que mais do que observar e sistematizar a polarização de posicionamentos, o necessário é conhecer os agentes que operam a reconfiguração do espaço mediático, compreender os caminhos trilhados, os perigos e os benefícios, abrindo fronteiras de futuro “por uma nova consciência do espaço público”.

Michael Schudson (1978) afirmava que a imprensa de massa tinha sido impulsionada pelo o que Tocqueville designara por “igualdade de condições” (2000) – a ideia de que todos os indivíduos estão subordinados às mesmas condições, sendo passível a mutabilidade de posições sociais. Esta ideia pode ser transposta para a era da digitalização, do não-linear, do *on-demand*, para a era marcada pela superabundância de informação, pela rapidez da sua circulação, pela facilidade de acesso e reprodução, pelo esbatimento da linha que separa o produtor do consumidor; para a era em

---

<sup>1</sup> Este texto é um comentário à intervenção do Prof. Doutor Viriato Soromenho-Marques

que todos agem e interagem dentro de um contexto de quase “igualdade de condições”. Se, por um lado, observamos e vivemos a democratização do acesso e do uso da informação (a tal massificação), com todos os seus benefícios, por outro lado, somos confrontados com excessos e abusos no espaço público que parecem levar à constituição de um “espaço mediático” (entre aspas), deturpado na sua essência ao acolher, em simultâneo e em paralelo, um conjunto indiferenciado de atores e textos oficiais, não oficiais, verdadeiros e falsos.

Olhando o espaço público através do filtro do “espaço mediático” e dos desafios que este coloca à sociedade – sou levada a colocar três questionamentos: 1) o que é hoje o espaço público?; 2) o que acontece neste espaço público?; 3) que (nova) consciência para este espaço público?

## O QUE É HOJE O ESPAÇO PÚBLICO?

A ideia de *Ágora*, como lugar politicamente instituído para o exercício da democracia e da cidadania, parece ganhar novos contornos e nova dimensão perante o “espaço mediático”. No princípio da década de 1990, o antropólogo francês Marc Augé (1994), sugeriu o conceito de *não-lugar* para caracterizar espaços transitórios e inacabados, como os aeroportos e os centros comerciais, fruto da sua impessoalidade, da sua incapacidade de gerar relações, de criar sentimentos de pertença ou de fazer história. Numa leitura imediata da ação dos média dentro do espaço público em que nos movemos, percebemos que continuam a ser agentes-chave de socialização, contribuindo, à medida da evolução das tecnologias, para a construção de gerações tecnologicamente guiadas e assistidas, gerações em permanente contacto com os outros e com o mundo, gerações que fazem história e deixam legado. Aproximar esta realidade à conceptualização de Augé parece um antagonismo, contudo, sou impelida a fazê-lo e apresento, desde já, as minhas considerações: *a) o espaço público torna-se arelacional* – fruto das múltiplas formas de mediação instantânea, a todos os segundos são estabelecidos contactos entre indivíduos. As relações pessoais, construídos à base da descoberta mútua, dão lugar a “amizades” imediatas, oferecendo maior sensação de concretização e felicidade na proporção do número de “amigos” e de *likes*. Não obstante, uma auto-reflexão mostra que as relações são, acima de tudo, mediadas e que a “amizade infinita” é uma virtualidade oferecida pela tecnologia; *b) o espaço público torna-se ahistórico* – a facilidade de guardar momentos, coloca-los em circulação e multiplica-los com recurso aos *backups* em *devices* e *clouds*,

parece o caminho acabado para a conservação da(s) história(s) pessoais e coletivas. Contudo, a facilidade de arquivo e preservação de factos convive com a efemeridade do *link* e com a facilidade de construção e propagação de conjeturas, presunções e simulacros, contribuindo para a fabricação de realidades e de uma memória artificial e apressada. A ausência de distância dos factos, fator importante para a reflexão (Sobchack, 1996), assim como a ausência de uma leitura crítica e informada do “espaço mediático” a operar no espaço público proporciona uma potencial crise da memória, assim como assunções e interpretações erróneas, deturpadas e abusivas; c) *o espaço público torna-se aidentitário* – o contacto permanente entre o “eu” e o “outro”, dentro de um contexto de multiplicidade identitária, é traçado em paralelo com a desvalorização do princípio da alteridade, criando-se um ambiente propício à disseminação de discursos de discriminação e ódio. O que, à partida, poderia ser um promotor da “cultura do encontro” e da construção de novas identidades, torna-se um veículo de compartimentação dos diferentes “eus”.

Pelo exposto, percebe-se que este espaço público em que nos movemos, palco principal do “espaço mediático”, caminha à deriva e requer cuidado e atenção.

## ○ QUE ACONTECE NESTE ESPAÇO PÚBLICO?

A sobreposição de factos e não factos que acontece no espaço público fruto das dinâmicas do “espaço mediático”, leva-me a pensar na potencial ressignificação das palavras/conceitos enunciadas pelo Sr. Professor Doutor Soromenho-Marques: *verdade, eficácia (política) e felicidade*, às quais acrescento *medo e liberdade*.

“O mentiroso calculista preserva a verdade dentro do próprio; o mentiroso que se engana a si próprio liquida a verdade dentro de si”. Esta máxima pode ser confirmada quando os alunos partilham notícias falsas (*fake news*) porque são “bem feitas”. O ato consciente da partilha e da colocação de notícias falsas em circulação ganha lastro com os *opinion fakers* e com os *serial likers*, levando à instauração de uma clima de pós-verdade e de (des)ordem social.

Neste seguimento, vemos que o discurso dos média sobre o medo, em especial após o 11 de setembro, molda, de forma severa e persistente, as atuais agendas política, mediática e do público. De forma cumulativa, a par dos fenómenos naturais e de origem humana, o medo assume o estatuto de construção social, acelerando a sensação de desordem (Altheide,

2006). A par do medo como narrativa, assiste-se à erupção de escândalos, histórias disruptivas, muitas vezes motivadas pelo tal “desejo mimético do poder” identificado por René Girard (1977) e invocado pelo Professor Doutor Soromenho-Marques, que ao serem ampliadas pelos média e lidas de forma descontextualizada e não fundamentada, acabam por colocar em causa, dependente da sua natureza, a própria eficácia dos agentes envolvidos, instaurando instabilidade na ordem social.

A noção de liberdade total de consumo e de produção, de possibilidade infinita de partilha e exposição proporcionada pelos ativos do “espaço mediático”, como as redes sociais digitais, condicionam, constroem, desvirtuam e mesclam apresentações e compreensões dos factos e/ou de não-factos. Palcos privilegiados para a disseminação rápida da palavra e da imagem, as redes sociais digitais proporcionam, em paralelo, a dramatização ou apresentação (idealizada) das realidades pessoais e coletivas (Goffman, 1993), configurando felicidades instantâneas, mas também instáveis e desestabilizadoras de uma certa ordem necessária.

A leitura feita ao “espaço mediático” através de cinco palavras, embora superficial e condicionada pelo tempo, lança pistas para a tomada de consciência dos desafios que se colocam ao exercício pleno da cidadania no espaço público. Perante as fragilidades e incoerências de práticas e comportamentos que parecem tornar-se normativos, coloco o terceiro questionamento:

### **QUE (NOVA) CONSCIÊNCIA PARA ESTE ESPAÇO PÚBLICO?**

O tema central desta conferência procura, exatamente, responder a esta questão. Por iniciativa própria, diminui o poder e o alcance da palavra “nova”, pois mais do que encontrar um percurso alternativo, novo, diferente, parece-me que o caminho deverá ser uma análise e avaliação do presente e uma recuperação da ideia de consciência aplicada aos contextos do hoje. Nesta sequência, identifico como um dos problemas-base a iliteracia mediática, a ausência da “luz” – na linha do enunciado pelo Professor Doutor Viriato Soromenho-Marques –, a tal incapacidade de seguir o próprio entendimento. Se as conclusões dos primeiros estudos sobre os efeitos dos média nos indivíduos (por exemplo, “teoria” hipodérmica) são entendidas, teoricamente, como obsoletas, a vivência no “espaço mediático” mostra evidências de um regresso (ou permanência) de uma aparente ausência de visão crítica, de uma incapacidade de decifração imediata e simbólica da essência das narrativas. Esta assunção mostra uma espécie

de retrocesso ou falta de evolução da forma como se deve encarar a relação dos indivíduos com os média e a forma como os indivíduos se devem relacionar com os média e com os seus *outputs* num clima de pleno exercício de consciência, de moralidade, de ética e de cidadania.

O objeto principal deste *forum* é, sem dúvida, uma resposta às inquietações do presente. A "luz", que, neste contexto, traduz-se em literacia mediática, não pode ser vista como a aquisição condensada de competências extra essenciais para as práticas profissionais da atualidade; deve ser vista, sim e em si, como uma espécie de passo propedêutico cíclico, adaptado aos contextos situacionais e temporais, para a prática individual de consumo mediático, mas também, e cada vez mais, para a compreensão do mundo, para tomadas de decisão e posicionamento conscientes e consistentes e, no limite, de produção mediática.

Na década de 1960, Marshal McLuhan anteviu os resultados e impactos das tecnologias nos indivíduos e nas sociedades. Embora defenda uma linha de pensamento em que a tecnologia impacta na medida das necessidades sociais (Winston, 1998), para terminar não posso deixar de invocar o teórico da Escola de Toronto, quando reflete sobre o papel dos média na sociedade e da sua relação com os indivíduos: "without an understanding of media grammars, we cannot hope to achieve a contemporary awareness of the world in which we live" (Carpenter & McLuhan, 1960, p. xii).

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adorno, T. & Horkheimer, M. (1985). *Dialética do Esclarecimento*. São Paulo: Jorge Zahar.
- Altheide, D. L. (2006). *Terrorism and the Politics of Fear*. California: AltaMira Press.
- Augé, M. (1994). *Não-Lugares. Introdução a uma antropológia da sobremodernidade*. Lisboa: Bertrand Editora.
- Carpenter, E. & McLuhan, M. (Eds.) (1960). *Explorations in Communication. An Anthology*. EUA: Beacon Press.
- Eco, U. (1991). *Apocalípticos e Integrados*. Lisboa: Difel.
- Girard, R. (1977). *Mensonge romantique et vérité romanesque*. Paris: Grasset.
- Goffman, E. (1993). *A Apresentação do Eu na vida de todos os dias*. Lisboa: Relógio D'Água.

- McLuhan, M. (2008). *Compreender os Meios de Comunicação como extensões do homem*. Lisboa: Relógio D' Água.
- Schudson, M. (1978). *Discovering the News: A Social History of American Newspapers*. New York: Basic Books.
- Sobchack, V. (Ed.) (1996). *The persistence of History: Cinema, Television, and the Modern Event*. United Kingdom: Psychology Press.
- Tocqueville, A. (2000). *Democracy in America. Vol. II*. Chicago: University of Chicago Press.
- Winston, B. (1998). *Media, Technology and Society. A History: from the telegraph to the internet*. Londres e Nova Iorque: Routledge.

Citação:

Burnay, C. D. (2017). Do espaço mediático ao “espaço mediático”: espaço público e desafios dos tempos. In S. Pereira & M. Pinto (Eds.), *Literacia, Media e Cidadania – Livro de Atas do 4.º Congresso* (pp. 11-16). Braga: CECS.