

A Convergência dos Meios de Comunicação Social na Internet e o tratamento dado à informação política

The Convergence of the Media in the Internet and the treatment of the politic information

Andreia Neves Vilhena

Universidades do Porto e de Aveiro
andreianeves15@gmail.com

Resumo

A Internet e o tratamento dado à Informação Política nos Meios de Comunicação Social” é o tema proposto para a realização de um estudo no âmbito da Unidade de Paradigmas da Informação e da Comunicação em Plataformas Digitais. Esta pesquisa permitirá aferir se o recurso à plataforma digital se tornou numa alternativa aos suportes tradicionais para divulgar notícias mais adequadas às necessidades da sociedade atual. Por outro lado, pretende-se ainda apurar os efeitos causados na opinião pública devido à disponibilidade de notícias atualizadas ao minuto, de forma acessível em qualquer local, através de um computador com ligação à Internet.

Abstract

The Internet and the treatment of the Politic Information in the Media” is the research subject proposed for the course Information and Communication in Digital Platforms. This study will also check if the use of the digital platform became an alternative to the traditional supports for publishing news more adequate to the present-day's society needs. On the other hand, one wants to understand the effects on public opinion due to the constant news update, accessible from anywhere by any computer connected to the web.

Palavras-chave: Convergência, Media, Informação, Comunicação, Política

Keywords: *Convergency, Media, Information, Communication, Policy*

1. Introdução

O trabalho apresentado visa uma revisão de literatura sobre a utilização da Internet pelos meios de comunicação social e a influência que esse fenómeno provocou no tratamento da informação política provocando a uma mudança de hábitos de consumo dos Media na sociedade atual.

Por conseguinte, pretende-se aferir a articulação entre as Ciências da Informação no que respeita à Internet e as Ciências da Comunicação. Nesse sentido, o artigo foi elaborado com base no paradigma da complexidade defendido por Edgar Morin e no conceito de Interdisciplinaridade segundo Olga Pombo. Assim, é possível explicar a ligação entre a Ciência da Informação e a Ciência da Comunicação, pois na era da globalização a Internet tornou-se a plataforma digital mais adotada pelos Media para divulgarem uma maior quantidade de notícias o mais rápido possível. O novo meio, de fácil acesso para os meios de comunicação, tornou-se mais um suporte para informar o público sem distinção do modelo tradicional quer seja em papel, áudio e texto. Neste contexto, foi possível questionar a alteração de valores e de hábitos de consumo dos Media que ao longo de vários anos ficaram cristalizados na sociedade e que durante a última década sofreram uma mudança constante devido à implementação da tecnologia, o que provocou uma necessidade tal nos seres humanos para se ligarem ao mundo.

O tema em análise chama a si diferentes áreas que se interligam. O fenómeno estudado por Edgar Morin levou o sociólogo francês a definir o Paradigma da Complexidade considerando a existência de uma “nova relação entre as ciências, e entre estas e o mundo” (Morin, 1962). O autor defende o paradigma da complexidade assente naquilo que o Homem é e no que consegue fazer em sociedade, ou seja, “o princípio tem uma raiz biológica e física das ciências sociais: “As ciências humanas se ocupam do homem; mas este é não apenas um ser físico e cultural, como também um ser biológico (...) de uma linguagem à outra” (Morin; 2003, p.113-114). John Urry tem uma análise diferente e considera que o paradigma da complexidade “investiga sistemas emergentes, dinâmicos, e auto-organizáveis, cujos modos de interação influenciam fortemente as probabilidades de acontecimentos posteriores.

Todavia, Manuel Castells tenta compreender este paradigma mas numa perspetiva focada na “mudança, nas últimas décadas do séc. XX, que decorre da combinação de fatores

socioculturais, económicos e políticos, onde as tecnologias da informação e da comunicação ocuparam um papel importante na estrutura social contemporânea” (citado por Santos, Helena, 2012. Neste sentido, Castells defende algumas características essenciais para explicar o novo paradigma. Em primeiro lugar, considera que as tecnologias agem sobre a informação e vice-versa. Em segundo plano, admite que a informação faz parte da atividade humana moldando a experiência individual e coletiva dos indivíduos. O autor refere ainda a lógica de redes existente em qualquer sistema ou conjunto de relações pelo uso das novas tecnologias da informação com base na flexibilidade. Deste modo, considera que as organizações e instituições podem ser modificadas, e até alteradas pela reorganização dos seus componentes. Em última instância, o sociólogo francês acredita que uma característica da revolução tecnológica é a crescente convergência de tecnologias específicas para um sistema altamente integrado, no qual as trajetórias tecnológicas antigas mal se distinguem se analisadas separadamente. A dimensão social da Revolução da Tecnologia da Informação parece destinada a cumprir a lei proposta por Melvin Kranzberg sobre a relação entre a tecnologia e a sociedade: “ a tecnologia não é nem boa, nem ruim, e também não é neutra.”

Deste modo, é oportuna abordar as mudanças no panorama tecnológico ao nível da Ciência da Informação, quanto à adaptação dos Media à linguagem do mundo cibernético que também surtiu efeitos nas teorias da Comunicação. Os efeitos evidenciaram-se na alteração de estratégias e de comportamentos dos atores políticos para conseguirem passar a mensagem para o público em geral e para o novo segmento de público que surgia na elevada quantidade de utilizadores da Internet que apenas consultava notícias Online. Este aspeto, ainda toca no campo da Sociologia na medida em que surgiram novos comportamentos na sociedade para a busca de notícias, na medida em que a alteração dos valores sociais permitiu “uma vivência em sociedade baseada na comunicação plural, virtual, incerta e efémera” (Helena Santos, 2012, p.9).

Este encontro de áreas é explicado por Olga Pombo através do conceito de Interdisciplinaridade. Segundo a autora, ainda não existe um conceito estável mas é possível considerar-se que “cobre um conjunto muito heterogéneo de experiências, realidades, hipóteses, projetos” (Pombo, Olga, 1994, p.3). Por outro lado, o tema deste artigo implica a relação entre diversas áreas epistemológicas que se complementam gerando o que Olga Pombo considera de transdisciplinaridade que “remeteria para qualquer coisa da ordem da

fusão unificadora, solução final que, conforme as circunstâncias concretas e o campo específico de aplicação, pode ser desejável ou não. Em algumas circunstâncias, poderá ser importante a fusão das perspectivas; noutras, essa finalidade poderá ser excessiva ou mesmo perigosa” (idem, p. 6).

2. O contexto teórico sobre os Media na Internet

Para tornar possível aos Media a utilização da Internet, com sítios Online de jornais, rádios e de televisões para divulgarem na realidade, conteúdos semelhantes, foi necessário o desenvolvimento de estudos e também de equipamentos tecnológicos que permitissem o alcance deste fenómeno à escala mundial. Norbert Wiener desenvolveu uma teoria com a colaboração de investigadores de outras áreas que mais tarde originou a “cibernética”, cuja definição principal é “a ciência do controlo e das comunicações”. A interdisciplinaridade era já uma vantagem para desenvolver a pesquisa que Philippe Breton explica à luz da teoria de Wiener. “A cibernética, na sua dimensão puramente técnica, é uma exploração sistemática de todas as analogias que podem existir, através das leis matemáticas, entre fenómenos de natureza diferente, oriundos ao mesmo tempo do mundo da vida, da Natureza, ou do universo do artifício” (idem, p. 19). Por conseguinte, é útil sublinhar que o pai da cibernética considerou desde o início que tal como as matemáticas são as ciências das relações, também todos os fenómenos do mundo visível podem ser compreendidos, em última instância, em termos de troca e de circulação de informação. Breton refere que o “mundo, para Wiener, é todo ele feito de “mediações” (idem, p. 20).

Assim, Wiener foi o principal responsável por uma dupla rutura de paradigma: “ a novidade não está tanto em serem postos em prática a informação e o movimento da sua permuta como objeto de ciência- o que geralmente se aceita-, mas antes no facto de esse movimento de permuta de informação ser apresentado como integralmente constitutivo dos fenómenos, sejam eles naturais ou artificiais” (idem, p. 23). Breton defende que esta fórmula explica a origem de “toda a comunicação” na medida em que Wiener admitiu substituir o conceito de “comportamento de permuta de informação” por “comunicação” (idem).

De grosso modo, “a nível do continente europeu, o sucesso da Internet é já um dado adquirido (utilizada por mais de 2/3 das empresas europeias), sendo que as Intranets se

tornam cada vez mais relevantes (+100 milhões de utilizadores na Europa). Isto fará com que, nos próximos anos, as tecnologias Internet/Intranet se transformem no meio de comunicação por excelência a nível empresarial e pessoal” (Sousa, 2005, p. 191). Todavia é necessário ter em conta que algumas ameaças que na opinião de alguns autores podem “deixar de fora uma percentagem significativa da população e/ou das empresas deste novo modelo sócio-económico, quer por falta de infra-estruturas de comunicação e computação adequadas e baratas, quer por insuficiente formação e educação; ou ainda por escassez de recursos. Por conseguinte, o uso da Internet coloca ainda a possibilidade de “perda de identidade cultural e económica das regiões e do país ou a insegurança na realização das transações comerciais” (Silva, Miguel; Silva, Alberto, Romão, Artur e Conde, Nuno, 2003, p. 27). Atualmente, a Internet também é considerada “um progresso na comunicação humana. Mas não conduz per si, a qualquer Nova Ordem Mundial da Informação ou a uma redução de desigualdades. Ela apenas segue, e perpétua, a divisão que já existia no mundo entre países e entre classes sociais” (Figueiredo, Jorge, 1995, p. 239). De acordo com este pensamento é possível questionar se de facto a Internet está mesmo acessível a toda a gente ou se afinal, é inevitável que haja sempre um grupo considerável de pessoas que não tem a possibilidade de entrar no ciberespaço.

No que toca às Ciências da Comunicação, é pertinente focar o contributo da Escola de Frankfurt, na Alemanha onde nasceu a Teoria Matemática da Informação baseada nas ideias de Shannon e Warren Weaver concebidas através do estudo das mensagens telegráficas e o seu processamento que mais tarde levaram à formulação matemática dos processos de transmissão da mensagem. Deste modo, os investigadores definiram que os elementos que participam na comunicação agrupam-se em três níveis. O nível técnico- nível estrutural- aplica-se à precisão na transmissão de informação do emissor para o recetor e trata da medição da Informação para fins de transmissão eficiente. O nível Semântico aplica-se à descodificação e interpretação da mensagem por parte do recetor. Reduz a incerteza e permite a receção da informação por igual. Por fim, o nível da influência inclui os efeitos da informação, isto é, o êxito provocado através da mensagem que foi emitida e provar se a mensagem provocou o impacto necessário.

Marshall McLuhan também se tornou um ícone ao estudar os efeitos das tecnologias a nível e social, entendidas como uma forma de aperfeiçoar os sentidos e de formar culturas. Na

obra "Revolução na Comunicação, o autor afirma que nas "nossas cidades, a maior parte da aprendizagem ocorre fora da sala de aula. A quantidade de informações transmitidas pela imprensa excede, de longe, a quantidade de informações transmitidas pela instrução e textos escolares". O investigador canadiano analisa o processo comunicativo numa perspetiva de evolução, considerando três períodos distintos. Na civilização da oralidade predominava a palavra falada e as relações sociais desenvolviam-se em tribos. Na civilização da imprensa, devido à invenção de Gutenberg, as relações sociais deixaram de ser tribais mas com o aparecimento da eletricidade e por conseguinte dos meios de comunicação de massas, as pessoas agruparam-se novamente e a interação entre os indivíduos tornou-se novamente mais fácil. A partir desta classificação, o teórico da comunicação atribuiu "culpas" à tecnologia pelas diversas mudanças na estrutura da sociedade, pois "não ocorre por uma tentativa isolada do desenvolvimento técnico em si, mas sim por uma tentativa de transformar, reproduzir, e documentar as experiências do homem (McLuham, 1974, cap. 6).

O autor é uma das principais referências a nível da Teoria da Comunicação por conceber um dos conceitos referência a "Aldeia Global". McLuham considera que é um espaço de convergência onde a evolução tecnológica permite a comunicação direta e sem barreiras. Esta ideia foi bastante contestada no meio científico mas tornou-se no advento da Internet que se traduz na realidade, por uma ligação de redes que apesar de ainda não estar ao alcance de todos, já conseguiu alterar muitos aspetos do comportamento na sociedade do século XXI. É nesta perspetiva que o autor defende que "o meio é a mensagem" pois pode ser analisado com "um conjunto de expressões que uma linguagem mediática pode decodificar ao ser apropriada por outro usuário".

As ideias do académico McLuham conduzem a uma abordagem do fenómeno da Globalização que se tornou visível através da utilização da Internet permitindo a troca de ideias e de informações como nunca se tinha conseguido e facilitar o acesso aos meios de comunicação devido à melhoria das telecomunicações, tornando-se um pólo de interesse para empresas e governos em todo o mundo.

O estudo sobre a Globalização originou diferentes teorias. Na opinião de Mário Murteira, está relacionada com um novo tipo de capitalismo, no qual o «mercado de conhecimento» é o elemento mais influente no sistema económico mundial do século XXI, quando já se

verifica uma forte presença dos países do Oriente enquanto o Ocidente perde potencial financeiro. Samuel P. Huntington contrapõe as ideias do teórico português ao considerar a globalização como processo de expansão da cultura ocidental e do sistema capitalista sobre os demais modos de vida e de produção do mundo, o que levaria a um "choque de civilizações". Antonio Negri também aborda o conceito na obra "Império", considerando que é uma nova realidade sociopolítica do mundo. O pensador italiano atribuiu a esta forma de organização a responsabilidade pela formação de redes onde as relações de poder acontecem mais pela via cultural e económica. Stuart Hall em "A Identidade Cultural na Pós-Modernidade" questionou o papel da Globalização na alteração das noções de tempo e de espaço e ao desalojamento do sistema social e das estruturas aceite durante bastante tempo.

O conceito de globalização continua a ser estudado e os académicos ainda não chegaram a um consenso. Prova disso, é a opinião de Conversi que aponta para a 'globalização cultural', pois admite que pode ser mais facilmente identificada com uma dominação pelos Estados Unidos. Conversi vê uma correlação entre a globalização cultural e seu conceito gêmeo de 'segurança cultural', tal como desenvolvido por Jean Tardiff, e outros. Benjamim Barber discorda da opinião de Conversi com base na organização geopolítica global num futuro próximo em direção a um pré-industrialismo tribalista ou pós-industrialismo globalizado, ambos exigem outros tipos de organização política que o sistema democrático não é capaz de atender.

Assim, Manuel Castells explica que "toda a humanidade esteja onde estiver e quem quer que seja, está condicionada, nos aspetos fundamentais da sua existência por aquilo que acontece nas redes globais e locais que configuram a sociedade em rede. Porque essas redes incluem e organizam o essencial da riqueza, o conhecimento, o poder, a comunicação e a tecnologia que existe no mundo" (Castells, 2005, p. 19). Deste modo, é possível aferir que o fenómeno da globalização expandiu-se por todo o mundo provocando alterações no panorama político, económico, social e cultural tudo, devido à existência da Internet o que conduz a uma análise crítica das vantagens e desvantagens desta ocupação da tecnologia na vida das pessoas ao ponto de lhes alterar hábitos de comunicação, interação com o outro e de acesso aos Media, provocando uma dependência tal que seja inevitável sobreviver atualmente em sociedade sem ter um computador, um tablet ou um telemóvel com ligação à internet. Até

que ponto é necessário estar em permanente contato com o mundo? A interação com o outro perde terreno para a conversa escrita através de um ecrã. Escreve-se mais, fala-se menos? Até que ponto esta mudança é benéfica para a realidade social?

Admite-se por isso, a conceção de Fernando Rosas, “esta cultura – que a informação ajuda a veicular- é uma cultura de submissão, de passividade, uma cultura que convida a aceitar o que vem porque não há alternativa” (Portela, 1998, p.102). O historiador considera ainda que “a globalização, mais do que uma política ou uma economia, é uma ideologia, é um sistema de valores, é um estado de espírito, é uma cultura difusa” (idem, p.108) nesta linha pensamento, Rosas considera “a Internet um campo de organização da resistência às perversões da globalização” (idem, p.93).

3. O Impacto da comunicação Política no on-line

Os Media aceitaram o acesso à Internet como algo inquestionável para que o cidadão moderno da urbe ficasse a par do que acontece no mundo que o rodeia, sobretudo na esfera política, na medida em que é um dos temas mais nobres do jornalismo e das áreas que move o mundo a par da economia. Na última década, verificou-se em Portugal uma adesão significativa dos diferentes órgãos de comunicação social ao mundo cibernético. As empresas dos diferentes meios investiram em sítios criativos e com capacidade para suportar conteúdos diversificados desde texto, imagem e áudio para que o utilizador pudesse consultar no mesmo sítio imagens, som e textos com mais detalhes, uma função exclusiva do jornal há pouco mais de uma década. Este aspeto remete para o fenómeno da em convergência que “no final da década de 1990 adquiriu um protagonismo especial” segundo os autores do estudo exploratório sobre “Convergência Jornalística nos Media em Portugal” (Bastos *et al.*, 2013) assente na definição de Salaverría, Avilés e Masip (2010) que admite tratar-se de “um processo de integração de média tradicionais dantes separados, afetando quatro esferas principais: tecnologia, negócios, profissional e distribuição de conteúdos”.

É nesta linha de pensamento que Carlos Correia lança a dúvida se “é necessário gerar um novo paradigma de comunicação, com um léxico, uma gramática, uma semântica, uma retórica e uma pragmática específicas, capazes de aglutinar os Media tradicionais numa nova ordem comunicacional, em tudo diversa da que foi imposta pelos outros Media,

nomeadamente a televisão”. O autor afirma que é feita uma pesquisa diária para “implementar a criação de um sistema de comunicação em que textos, imagens e sons coexistem, coabitam e interagem num espaço comum. Este é o modo de demonstrar as capacidades de um sistema que aglutina os media precedentes de forma a criar o valor acrescentado fundamental ao novo paradigma interactivo. E muito embora o vídeo seja um elemento importante do medium, ele já não é a única forma de gerar informação, dado que sons e textos - nas suas modalidades hipertextual ou hipermediática - também desempenham um papel de relevo. Pode afirmar-se com alguma segurança que os modelos tradicionais de televisão, bem como dos jornais e rádios já possuem algumas alternativas consistentes à prevalência exclusiva dos mass media” (Correia, 1998). Este molde já serviu para as empresas conceituadas num órgão de comunicação criassem outros meios acessíveis apenas pela Internet. A Rádio Renascença é um exemplo, pois ao fim de mais de 70 anos de dedicação à radiodifusão aderiu às novas tecnologias criando um sítio, onde também é possível consultar um jornal Online, o Página 1 e ver as imagens das notícias do dia na V+. “O rádio ganhou maiores proporções com a internet, seu alcance passou a ser mundial com as web rádios, a convergência midiática possibilitou à qualquer usuário colocar suas produções radiofônicas na rede, sem precisar de uma concessão do ministério das comunicações” (Jenkins, 1998). O autor também explica como o fenómeno da convergência é evidente nos jornais “Um fenómeno típico da convergência midiática é o uso de conteúdo em vídeo por empresas de jornais impressos nos seus sítios, isso acontece pela necessidade que o leitor tem de ver algum assunto com mais velocidade, e pela facilidade que as novas tecnologias oferecem na hora de fazer um vídeo”. O tema da convergência dos Media na Internet também já motivou um trabalho de Mestrado na Universidade Nova de Lisboa com base num estágio no Jornal Expresso, tendo em conta que se vive numa “época em que se observam cada vez mais as capacidades e potencialidades da Internet apresentam-se perante os órgãos de comunicação novas oportunidades de divulgação de conteúdos, disponíveis para os utilizadores em diversos formatos. Deste modo, torna-se essencial para os agentes do mundo da informação e da comunicação acompanhar as novas tendências, não só tecnológicas, mas também sociais, diversificando a sua oferta e assumindo um formato multiplataforma” (Oliveira, Ana, 2012). O autor brasileiro relata o mesmo cenário na televisão. “A televisão digital é um bom exemplo da convergência midiática, pois é uma

junção da televisão tradicional com a internet. As diferenças começam pela interatividade do telespectador com a emissora.

É facto, que o jornalismo expandiu-se para o Online e multiplicaram-se sítios apenas disponíveis na rede e neste contexto, é possível aplicar o conselho de Mário Soares “os jornalistas, se não jogam na mudança, acabarão por sofrer um desgaste semelhante ao que os políticos estão a sofrer” (Portela, 1998, p. 123). Nesta linha, Bastos *et al.* constataam que “a adopção das tecnologias digitais, no entanto, tem obrigado o jornalismo a mudanças abruptas. As rotinas de produção e os perfis profissionais, consolidados durante décadas, entraram em crise por causa da adaptação ao novo ambiente tecnológico” (idem, p. 6). Por conseguinte, assiste-se à implementação de “um novo meio de comunicação exige uma reflexão aprofundada sobre as formas de expressão que viabiliza e, neste caso específico, estamos perante uma ferramenta que propõe a aliança de textos, imagens e sons digitais, de tal forma dúcteis que admitem toda a espécie de combinações caleidoscópicas” (Correia, 1998).

Este fenómeno, característico da era da globalização, influenciou a comunicação política como explica Breton “deixa, pois, de existir um nível em que atuaria o indivíduo e um nível que seria o da sociedade: um e outro fundem-se numa moderna ligação social unitária. É a transparência que permite realmente essa fusão: graças à comunicação, o homem é transparente para a sociedade e a sociedade é transparente para o homem. Os Media modernos basearão a sua política de expansão na ideia de que, jamais, nada, em parte alguma, deverá ser mantido em segredo” (Breton; 1992, p. 53). O autor admite ainda que o “tema da sociedade de comunicação mantém igualmente quilo que de que as nossas sociedades não parecem querer privar-se: um certo ideal utópico, a visão de uma sociedade melhor. Contudo, a resposta que oferece está também perfeitamente adaptada às mutações da época” (idem, p. 87-88). A Comunicação Política encaixa-se nesta moldura na medida em que na opinião de António Magalhães Cardoso “as campanhas eleitorais já não vivem sem o «Online» (Cardoso, 2006). Numa breve passagem pelos sítios de vários Media de cobertura nacional é evidente o destaque dedicado a um assunto de política. Pode até ser o mesmo tema mas abordado num ângulo diferente e com outro título. À mesma hora, a estação pública de televisão, a RTP destacava que “O primeiro-Ministro garante que não está a preparar negociação de programa cautelar”; a Rádio Renascença tinha como notícia

principal “. Passos Coelho “não tem amigos”; o Diário de Notícias optou pelo desporto rei com a notícia “. Roberto evitou tragédia grega na “piscina” da Luz e colocou em segundo plano “Não há negociação de segundo resgate, garante Passos”. Trata-se de um exemplo da forma como a convergência dos Media tem influenciado a comunicação política.

Maria João Simões defende quanto às “novas perspectivas abertas pelas redes telemáticas, não se centram somente nas novas modalidades de comunicação mediada pelo computador nem acerca das relativas possibilidades de criação de espaços políticos inéditos. A questão, de facto, assume um aspecto geral, envolvendo outras temáticas da sociedade contemporânea como a globalização e, a designada New Economy, as mudanças em acção no mundo do trabalho (Simões, 2005). Magalhães Cardoso considera por isso, que a “rede telemática pode ser considerada causa, ou efeito do processo de globalização” (Cardoso, 183). A consequência da convergência dos Media na Internet no tratamento da comunicação política assenta numa “relação entre partidos políticos e mass-media foi-se entrelaçando, até se transformar numa forma de “dependência recíproca” (Cardoso, 2006). A utilização da Internet pode ter aspetos positivos para o desenvolvimento social à luz das ideias de alguns autores que a consideram “uma forma de democratização, permitindo uma maior liberdade de expressão aos eleitores, e um maior protagonismo aos partidos e aos candidatos menor (Gibson, 2000; Cardoso, 2006; Cardoso & Gouveia, 2006 in Cardoso, 2006, p.186). O autor português não deixa de alertar que “os cidadãos também têm uma palavra a dizer em todo o processo - é que não basta ter os meios ao alcance, é necessário participar, ser voz activa. A necessidade de evitar a intervenção mediática com o desenvolvimento das tecnologias abriu a Internet à comunicação política. Alguns estudos internacionais constataam uma tendência para a “Americanização” dos estilos das campanhas eleitorais” e por isso, cita (Scammell, 1998; Katz & Mair, 1995) e (Farrel & Webb (2000) e Norris (2000) por acreditarem que nos últimos anos, nas democracias ocidentais, verificou-se uma convergência internacional ao nível das técnicas e dos estilos das campanhas.

Os investigadores aconselham, porém, os cidadãos a participarem no processo tendo voz activa. O contexto de uma campanha eleitoral é um exemplo que permite perceber a importância que os actores políticos, na maioria das democracias modernas, estão a dar à Internet (Norris, 2000; Gibson & al, 2003, Cardoso, 2006, Cardoso & Gouveia, 2006). Cardoso cita Farrel & Webb (2000) e Norris (2000) por considerarem que nos últimos anos assistiu-se

nas democracias ocidentais a uma convergência internacional ao nível das técnicas e dos estilos das campanhas. “A Internet assume-se como um meio de fácil acesso e com elevado controlo político (Mazzoleni, 1987) porque muitos candidatos ainda têm dificuldades de acesso aos Media tradicionais permite.

Considera-se, pois, que as tecnologias contribuem atualmente para uma transformação do tecido social, o que leva a corroborar a opinião de Magalhães Cardoso “para alguns, é um instrumento que permite comentar, discutir e interagir com o fim de focalizar dinâmicas sociais, para outros, um produto com a possibilidade de serem edificados sistemas que permitem a difusão da informação. São novas expressões culturais, numa espécie de identidades cibernéticas, capazes de enquadrar fenómenos que levam à participação e à circulação das informações políticas em Rede” (Cardoso, 2008, p. 1999).

Esta questão não é de todo alheia ao trabalho jornalístico desenvolvido nas redações do “Online” dos meios de comunicação, pois mantêm-se as regras da escrita jornalística e as linhas editoriais elaboradas à luz das teorias da comunicação. Hoje em dia, o agendamento dos Media está subjacente à produção de notícias em rádio, imprensa, TV e também na Internet tal como Maxwell E. McCombs e Donald Shaw assim definiram. “Ao selecionarem e divulgarem as notícia, os editores, os profissionais da redação e os meios de difusão desempenham um papel importante na configuração da realidade política” (in Traquina, 2000, p. 47). Nesta linha, o autor acredita que “a informação veiculada por estes meios tornou-se o único contato que muitas pessoas têm com a política. Os compromissos, as promessas e a retórica camuflada nas notícias, colunas e editoriais constituem muita informação a partir da qual a decisão de voto será tomada” (Traquina, 2000, p. 48). O investigador português baseia as suas ideias em Trenamam e McQuail que defendem que “os mass media obrigam à concentração da atenção em certas questões. Constroem imagens públicas de figuras políticas. Estão constantemente a apresentar objetos que sugerem aos indivíduos o que é que devem pensar, o que devem pensar, que sentimentos devem ter” (Trenamam e McQuail 1961: 168 in Traquina, 2000).

Nos últimos anos, assistiu-se ao “êxito-real- da Internet, essa rede mundial de computadores que, ligados entre si por modems doravante sistematicamente integrados, podem dialogar e trocar informação (Ignacio Ramonet; 1999, p.7). O autor deu o exemplo que “a televisão não

é uma máquina de apresentar informação, mas de apresentar acontecimentos. O objetivo não é levar-nos a compreender uma situação, mas permitir-nos assistir a uma (des)ventura. Ao mal-estar da política, corrompida pelos “interesses” e pela deflação das ideologias, juntou-se, de há algum tempo para cá, a desconfiança, a aversão em relação aos jornalistas e aos Media” (idem, p.37). O teórico recorda nos anos 70 e 80, “quando o jornalismo, enquanto “quarto poder”, era apresentado como um recurso possível contra os abusos dos outros três (o executivo, o legislativo, o judicial), uma garantia para os cidadãos de um verdadeiro controlo democrático (...) o jornalista destacava-se da podridão geral e aparecia como um autêntico paladino da verdade, o fiel aliado do cidadão desamparado” (idem). Por conseguinte, é possível introduzir o conceito de que o Jornalismo integrado na área da comunicação vive da notícia que é “um produto mais efémero do que nunca. A poucos momentos de ter acontecido, não vale nada. Já não é velho o jornal do dia anterior, mas sim o do mesmo dia ou de meia hora antes” (Manuel Piedrahita; 1996, p. 30) e é nos dias de hoje “o produto das condições culturais, sociais e políticas de um país e de uma época” (Furio Colombo; 1995, p.11). O investigador defende, porém, que “o que não é efémero é o que está por detrás da notícia” (idem) e recorda Denis Hamilton, editor-chefe do The Times e do The Sunday Times “todo o jornal deve procurar publicar as últimas notícias, mas isto é um mandamento passado e menos importante do que dar a notícia correta, sacando a notícia que se esconde por trás da notícia e interpretando-a com candura e clareza” (idem).

Furio Colombo recomenda alguns critérios a ter em conta antes de se publicar uma notícia. Proximidade. É fundamental que a notícia seja próxima. A importância. A gente importante é sempre notícia. Polémica jornalística é sempre fonte de atração para os leitores. Mas a polémica pode desembocar no insulto. Surpresa. O estranho, o insólito, o surpreendente, atrai o leitor. Emoção, o interesse humano, a emoção das pessoas. Repercussões. A notícia deve ter uma certa repercussão no leitor e a agressividade no bom sentido. O autor alerta para a forma como pode surgir uma notícia nos Media. “O problema é que uma quantidade de fontes interessadas pode, literalmente criar uma notícia, não inventando-a, mas disponibilizando-a simplesmente aos Media. O custo do trabalho, a rapidez da montagem e a necessidade de tornar disponível um empório de informações garante, por norma, que os media não deixarão cair a oferta” (Furio Colombo, 1995, p. 60).

As fontes, neste caso trata-se dos atores políticos, são a base para que a notícia tenha credibilidade junto do público. Dan Gillmor chama a atenção para a reação das fontes nos dias de hoje em que os “meios de comunicação de massas continuam a ser ferramentas fundamentais de comunicação moderna, mas tornar-se-á igualmente necessário compreender este mundo em evolução” (Dan Gillmor; 2004, p. 80). Gillmor propõe alguns conselhos às fontes para conduzirem diálogos com o público. “A audição das pessoas. O blogue normal de uma sociedade anónima tem muito em comum com um vulgar relatório anual. Os blogues dos presidentes executivos são úteis. Ainda melhores, em muitos casos, são os blogues e outros materiais escritos por pessoas colocadas mais abaixo na escala hierárquica. (...) A indústria das relações públicas progrediu do mero reconhecimento da existência da Internet para uma compreensão apenas semiconscente das suas possibilidades” (Dan Gillmor; 2004, p. 91). As fontes e os jornalistas são muitas vezes conhecidos de longa data, sobretudo no que toca às lides da política. Esta situação pode ser ainda mais evidente em meios urbanos de pequena dimensão geográfica mas também acontece na capital, no Parlamento, onde jornalistas e políticos se cruzam pelos corredores e trocam impressões nas entrelinhas.

“A comunicação é importante mas é instrumental (...) Se me disser que houve momentos em que a comunicação não funcionou, acho que sim, mas não vai funcionar neste nem nos próximos governos, quanto tivermos uma mudança de paradigma em que a comunicação social (...) deixa de ser veículo de comunicação entre os decisores políticos, económicos e sociais e os destinatários, que são os cidadãos, e ela própria assume um papel de protagonista e intermedeia subjetivamente a comunicação” (Morais Sarmiento, 2004). Neste quadro, o panorama durante as últimas duas décadas revelou uma “simbiose” entre jornalistas e políticos (Estrela Serrano, 2006) dando origem a uma dimensão política do jornalismo assente em três aspetos fundamentais. A autora considera em primeiro lugar a “interação entre jornalistas e fontes” com base nas investigações já realizadas por Sigal (1973), Gans e Fishman (1980), Hess (1981) e Mancini (1993) com maior incidência nos EUA apesar de alargada à Europa, América Latina, Leste Europeu, China e África. Em segundo plano, Serrano coloca a interação do “jornalismo com o mundo político e com as audiências” com o objetivo de verificar que o jornalismo afeta a democracia e que a imprensa pode ser um veículo não-intencional de propaganda política e partidária e inclui ainda neste campo a

influência da agenda dos Media na agenda pública tal como expressa Graber (1998). Em terceiro plano, a autora coloca a avaliação da eficácia do jornalismo em diferentes contextos políticos tornando-o “um instrumento ao serviço da política no seu sentido amplo, constituindo um indicador, não apenas de si próprio mas do sistema que ajuda a promover ou a minar” (Serrano, 2006, p. 67). Estes fatores podem estar na base do comportamento de figuras políticas portuguesas nos últimos anos. Rosário Medina refere que a “crise dos partidos e a forte presença e a influência da televisão na sociedade, a que não é alheia nomeadamente um baixo nível de instrução e reduzidos índices de leitura de jornais por parte de uma camada substancial da população, impulsionou uma orientação das suas atividades e discursos com vista á sua transmissão audiovisual”. O autor encontra um paralelismo com o estilo da informação que vigorou no Estado Novo: “a banalização dos pseudo-acontecimentos, as notícias baseadas nas agendas oficiais, para a qual hoje contribui a crescente profissionalização das fontes” (Rosário Medina, 2012, p. 8).

Assim com diria Gilles Lipovetsky: “ninguém porá em dúvida as falhas e abusos dos Media, mas seria ingénuo acreditar que eles são piores hoje do que ontem. É menos numa pretensa degradação da qualidade da informação que é preciso buscar as razões da renovação ética, do que no aumento da força dos media como poder organizador da realidade social” (G. Lipovetsky, op. cit., pp. 265 e 266). Na política, François Brune, no ensaio sobre “Alienação publicitária” considera que “o político contemporâneo e as suas mensagens não são mais que um mero produto, inserido num mercado, que se destina a um consumidor que, neste caso, é o vasto eleitorado” (in Miguel Midões, p. 2).

4. Conclusão

“A vida política na rede é conduzida por apresentações profissionais (especialistas) com o objectivo de atrair visitantes” (Norris, 2000, Gibson & McAllister, 2005 in Cardoso, 2008, p. 198). Assim, é possível concluir que a Internet já se afirmou como um canal de distribuição da informação política com carácter relevante para os media, os políticos e para a sociedade em geral. As campanhas eleitorais são o aspeto da vida político-partidária que mais agita e utiliza a rede para levar a mensagem ao público de uma forma atrativa e no mais curto espaço de tempo possível, assim, os WebSites constituem um instrumento eleitoral (Gibson,

Resnick & Ward, 2003; Norris, 2003; Coleman, 2001, idem) que valorizam a disseminação da informação em detrimento da promoção da interatividade.

Os Media aderiram em força à Internet e criaram rotinas no público levando-o, por vezes quase obrigado a consultar o que é colocado no sítio com a tónica de que a informação está sempre atualizada, como se revelassem indiretamente o trabalho que estão a fazer e a preocupação constante de procurar a novidade, com forte incidência no meio político. É comum, os vários meios de comunicação destacarem as últimas declarações de um ator político ou de um membro do governo. Pode até trata-se apenas de uma suposição mas já é suficiente para chamar a atenção e criar um tema de discussão, pois se a mesma declaração fosse apenas revelada ao público na edição do jornal do dia seguinte ou no bloco de notícias da rádio da próxima hora e na televisão poderia apenas passar no noticiário da manhã, da tarde ou da noite. É aqui que a Internet preenche um espaço antes vazio quanto aos recursos de acesso aos meios, nos intervalos dos horários já cristalizados para dar notícias com garantia dada ao utilizador que vai encontrar todos os recursos que podem enriquecer o conhecimento sobre vários temas, desde imagens em vídeo, declarações áudio e a descrição em texto de mais pormenores sobre o assunto.

Mário Soares, um político de renome em Portugal fundador do Partido Socialista defendeu que no novo milénio “o jornalismo, em todas as suas formas-televisão, rádio, jornais-, vai ser de superior importância porque tem a ver com a informação instantânea e com a formação das pessoas. (...) Fala-se de globalização em termos de economia. Mas também há globalização dos conhecimentos e da informação” (Portela, 1998, p. 125). Quanto à vasta quantidade de informação política disponibilizada na Internet, Magalhães Cardoso define como “um instrumento útil para comentar, discutir e interagir em sociedade enquanto para outros, é um produto com a possibilidade de serem edificados sistemas que permitem a difusão da informação. Como novas expressões culturais, numa espécie de identidades cibernéticas, capazes de enquadrar fenómenos que levam à participação e à circulação das informações políticas em Rede. (...) A sociedade em que vivemos é caracterizada por um desenvolvimento tecnológico contínuo que investe no sector informático e, por consequência, nos meios de comunicação, o que modifica o estilo de vida das pessoas, as interações sociais e as estruturas presentes no(s) território(s)” (Cardoso, 2008, p.181).

A abordagem do tema poderia ter tido em conta outros aspetos que por falta de tempo para desenvolver uma pesquisa mais aprofundada podem ser equacionados para uma análise futuro. Assim, seria pertinente aferir se a investigação jornalística na área da Política tende a afirmar-se mais no Online porque não está condicionado ao número de páginas nem ao tempo dado em antena na rádio e na televisão e se a era da Internet está a criar e reacender as tertúlias de discussão dos assuntos políticos mas agora através das redes sociais e dos espaços de comentário imediato disponível num espaço junto da notícia publicada no sítio da Internet.

5. Referências Bibliográficas

- BASTOS, Helder *et al.*, *Convergência Jornalística nos Media em Portugal, Estudo Exploratório, Atas III COBCIBER*, 2013
- BRETON, Philippe, *A Utopia da Comunicação*, Instituto Piaget, 1992
- CARDOSO, António Magalhães, *Observatório (OBS*) Journal*, 7 (2008), Universidade Fernando Pessoa
- CARDOSO, Gustavo, *Sociedade em Rede*, I cap. Manuel Castells, *Caminho das Letras*, 2005
- COLOMBO, Furio; *Conhecer o Jornalismo Hoje*, Editorial Presença, 1995
- CORREIA, Carlos, *Televisão Interactiva - A Convergência dos Media*, Ed. Notícias, Lisboa, 1998
- FIGUEIREDO, Jorge, *"A Volta ao Mundo em 80 bytes"*, Caminho, 1995
- GILLMOR, Dan, *Nós os Media*, Editorial Presença, 2005
- JENKINS, Henry, *Cultura da Convergência*, São Paulo, Aleph, 2008
- LIPOVETSKY, Gilles, *A Era do Vazio, Relógio d'Água*, 1989
- MEDINA, Rosário, *Mediatização da Comunicação Política; Media, Política e Comunicação- A negociação do Poder*, Tese de Doutoramento, 2006
- MIDÕES, Miguel, *Comunicação Política que futuro?* 2009
- MORIN, Edgar; *Introdução ao Pensamento Complexo*, Instituto Piaget, 1995
- OLIVEIRA, Ana, *O Jornal Expresso e o processo de convergência dos media: das plataformas aos conteúdos*, Faculdade Nova de Lisboa, 2012

PIEDRAHITA, Manuel; *Jornalismo Moderno*, Plátano, 1996

POMBO, Olga, Guimarães, H. e Levy, T., *Interdisciplinaridade. Reflexão e Experiência*, Lisboa: Texto Editora, (2ª edição, 1994).

PORTELA, Artur, *A galáxia de Bill Gates*, Bizâncio, 1998

RAMONET, Ignacio; *A Tirania da Comunicação*, Campo dos Media, 1999

SALAVERRÍA, Avilés e Masip, *Concepto de Convergencia Periodística. In Convergencia Digital: Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España*. Santiago de Compostela, Universidade de Santiago de Compostela, (2010)

SERRANO, Estrela *A Dimensão Política do Jornalismo*, 2006

SILVA, Miguel, *Comércio Electrónico na Internet*, LIDEL, 2003

SOUSA, Sérgio, *Tecnologias de Informação*, FCA- Editora de Informática, 2005

TRAQUINA, Nelson, *O Poder do Jornalismo*, Minerva, 2000

URRY, John, *Global Complexity* (2003);

URRY, John, *Complexity, Theory, Culture & Society* (2005).