

## **Média, política e crise de sentido**

Francisco Rui Cadima\*

**Resumo:** Qual o contributo dos média para as novas esferas de sentido no contexto das culturas digitais emergentes? O enunciado dos média fala-nos, em primeira instância, das suas exclusões, das suas estratégias de negociação do acontecimento, constituindo-se tendencialmente numa espécie de sociedade da desinformação. Através de novos ciclos de desregulamentação, pode dizer-se que os meios de informação estão a ficar mais orientados para o mercado e para o entretenimento, o que tem vindo a contribuir para a degradação da experiência democrática. Mesmo em contexto dos novos média, surgem novos e complexos bloqueios à abertura do digital à experiência democrática.

**Palavras-chave:** media, digital, crise, sentido, democracia.

O não sentido das coisas me faz ter um sorriso de complacência. De certo tudo deve estar sendo o que é.

Clarice Lispector

(...) le nombre de ceux qui se défient des journalistes dépasse régulièrement les 40%. Souvent il est majoritaire. (...) Que dirait-on d'une industrie dont 40% des consommateurs se défient ?

Jacques Bouveresse

A primeira década do século, dada como «perdida» pela ciência económica, para além de ter vindo reforçar a convicção do campo filosófico e sociológico sobre o declínio do próprio sistema de valores do Ocidente, teve hipoteticamente uma virtude da qual jamais se separará – a de que no centro desta degradação geral da experiência está um velho «bastião» da cidadania e da democracia: o sistema de média e o jornalismo.

\* Departamento de Ciências da Comunicação, FCSH-UNL (frcadima@gmail.com)

Pode dizer-se que de uma maneira geral os média tiveram algumas boas contribuições para alguns dos principais tempos de inflexão da história do século XX, mas a sua intervenção no plano global, por assim dizer, ficou muito aquém das suas capacidades específicas em diversas áreas, por exemplo, no domínio do olhar crítico do processo social, nas múltiplas literacias da ordem do político e sobretudo no reforço da consciência crítica da opinião pública, bem como no escrutínio e transparência da coisa pública.

E a verdade é que o culminar das grandes crises dos anos 2000-2010 teve uma contribuição clara dos média na múltipla declinação da sua concretização – crise *dotcom*, legitimação da invasão do Iraque, *subprime*, endividamento obsceno dos Estados e das famílias, produtos tóxicos, crise financeira, etc., etc.<sup>1</sup> Para alguns autores como Max Otte, por exemplo, é óbvio que há como que uma espécie de vírus no sistema de média que faz propagar não a sociedade do conhecimento, mas uma sociedade da desinformação, cedendo às pressões dos grupos de interesses e dos sistemas de governo, por sua vez comprometidos com complexas lógicas de opacidade que tudo velam, desde a transparência das informações financeiras às contabilidades dos Estados. É assim evidente que os média, de um modo geral, contribuíram para este sistema de desinformação que, pela experiência vivida designadamente nos anos 2007-2009, conduziu a um quase eminente colapso social geral do chamado «mundo desenvolvido».

Mas importa falar também numa das questões fundamentais que é a questão dos valores e da ética. Vejamos: o fenómeno televisivo tornou-se progressivamente numa rede discursiva desconexa, acentuando nas últimas décadas esse seu afastamento do *Lebenswelt*. Qual, verdadeiramente, o contributo que a televisão deu para aquilo a que podemos chamar as novas esferas de sentido – a cultura participativa e as novas lógicas colaborativas e deliberativas –, no contexto do fim da era analógica e das culturas digitais emergentes? É um facto que a televisão cultural e educativa, de uma forma geral, sempre procurou cumprir esse desiderato, e que o chamado serviço público de televisão também integra um conjunto de programas, designadamente nos seus canais complementares, com esse tipo de objectivos. Já a televisão privada, praticamente não produz conteúdos que possamos integrar nesse domínio, muito embora algumas séries ou mesmo programas de divulgação, raros, possam ter relevância nessa matéria. Mas, de uma maneira geral, trata-se do anúncio não de um sentido da história, ou da política, mas dos sentidos efémeros, e obnubilantes: emoção, espectáculo, sensacionalismo integram os novos ciclos televisivos do *entertainment*.

É evidente que no novo contexto digital algo vai mudando para o meio de maior penetração – a televisão. A começar pelo serviço público de televisão, que na nossa perspectiva sempre falhou historicamente a sua missão, dado que em boa parte se tornou fundamentalmente numa espécie de «analgésico» pós-laboral. Por vezes, a televisão erradicou mesmo o debate público, como aconteceu com os canais privados em Portugal. Importa também perceber que, hoje, a oferta geral de televisão na Europa

<sup>1</sup> Max Otte, *El crash de la información. Los mecanismos de la desinformación cotidiana*. Madrid: Editorial Ariel, 2010.

atinge cerca de oito mil canais, o que, por outro lado, reduz cada vez mais o espaço de intervenção pública em matéria de TV generalista, dada, sobretudo, a diversidade da oferta privada, por um lado, e dada a demissão do sector público face ao cumprimento das suas atribuições e competências.

Por outro lado, há o aspecto financeiro. Na Europa gastam-se por ano 22 mil milhões de euros nos serviços públicos de televisão, sem que se possa dizer que esse colossal montante esteja sequer a contribuir para a consolidação do projecto europeu, dos seus valores e da herança cultural europeia. Pelo contrário. A «massagem» substituiu-se desde cedo à mensagem, como Francisco Lucas Pires<sup>2</sup> bem explicou – e alertou –; e por outro lado, a produção de novas narrativas audiovisuais jamais emergiu como fundamental para as novas esferas de sentido. Para o diálogo intercultural, para a construção de sociedades democráticas com forte participação cívica, para construção de uma opinião pública forte, para as novas representações do mundo – é esse o papel dos média.

A crise de sentido que procuramos aqui abordar é também – e essencialmente – uma crise de memória no sistema de média, um «não-sentido». Isto é, os média hoje não procuram construir, com a sua própria história e o seu discurso, um sentido da história, ou tão-somente a imagem crua do humano e da sua experiência, mas antes efabulações e estórias sem sentido, narrativizando os acontecimentos de forma a garantir a ficcionalidade e as redundâncias do mundo – da pequena política à grande catástrofe –, cumprindo assim cabalmente o conceito emergente do tempo (*infotainment*). Assim, a possibilidade de o telejornal da noite dar um sentido à história, política, social, etc., um sentido ético ao humano, perde-se no seu carácter disjuntivo, no arbítrio de um palimpsesto electrónico cujo ritual é o do esquecimento. Os telejornais das 20h tornaram-se assim num *patchwork*, em última instância não passam de mais uma das novelas da noite. Ao contrário da proposta de Berger e Luckmann (1997), esta crise de sentido, do nosso ponto de vista, não se dirime através de um retorno às «comunidades de convicção», ou através da crítica da pluralidade – interpretando esta como a «causa da crise de sentido na modernidade»<sup>3</sup>, mas justamente pelo seu contrário, pelo debate plural num espaço público aberto e constituído sobre a pluralidade das vozes.

Se quisermos ir um pouco mais além, é forçoso reconhecer que tecnologias e média não estão a cumprir as suas promessas de uma sociedade mais participada, dita da informação. A cultura da transparência e do conhecimento sai claramente afectada desta crise e a cultura da excelência ameaçada. Ao desenvolvimento enquistado sucedem-se as novas formas de pobreza, os Estados falidos, as democracias vigiadas ou em défice; enfim, os extremos entre o mundo rico e o pobre agravam-se porque, do nosso ponto de vista, estão a falhar também os modelos de mediação, ou melhor, o próprio escrutínio público e político outrora assumido pelos meios de comunicação.

Fala-se então numa nova ética da responsabilidade para os média, da necessidade de uma nova cidadania democrática no contexto desta emergente cultura das redes onde a

<sup>2</sup> Francisco Lucas Pires, *A Imprensa e a Europa*, Edição de Autor, Lisboa, 1992.

<sup>3</sup> Peter L. Berger, Thomas Luckmann (1997) *Modernidad, Pluralismo y Crisis de Sentido. La orientación del hombre moderno*, Barcelona: Paidós, p. 76.

Internet parece eliminar algumas barreiras, sobretudo no plano de uma *digital literacy*, que de certa maneira contribui para a formação de um receptor crítico, criativo, de um «*produser*» nos novos contextos da experiência democrática, definitivamente mais importante do que uma tecnologia «sem conteúdo».<sup>4</sup>

Fala-se num «novo humanismo»<sup>5</sup> marcado pela multiculturalidade e pelo imperativo da responsabilidade, pela necessidade de criar conteúdo nos média, fala-se de uma «*nethics*» para esse novo humanismo de forma a superar as velhas estratégias «nacionais» ancoradas nas culturas homogêneas. Fala-se numa crise da racionalidade e no declínio da experiência vivida, onde o racionalismo crítico acaba porventura por ser o seu melhor descodificador. E fala-se nas espirais do silêncio que estão a retirar à democracia a dimensão de «valor universal» tal qual era pensada no passado, ou nas lógicas de terror – bio ou *cyber* – que vulnerabilizam ainda mais o sistema democrático, tal como, aliás, as práticas submissas do próprio jornalismo: «Les lecteurs reprochent, en particulier, aux journaux de ne pas être suffisamment indépendants par rapport au pouvoir politique et économique, de ne pas faire preuve d’une rigueur suffisante dans le contrôle et la vérification de l’information, de manquer d’impartialité et d’objectivité dans le traitement de celle-ci (...), de disposer d’un pouvoir excessif en ce sens qu’il ne semble pas être limité par des contre-pouvoirs suffisants (...)».<sup>6</sup>

Ao contrário do que possa parecer numa primeira análise, o sistema de média tem vindo a contribuir para a degradação da experiência democrática. Poder-se-ia partir do caso português para o geral e constatar isso mesmo. Por exemplo, da análise do estado da arte da bibliografia portuguesa sobre o jornalismo televisivo algumas regularidades tornam-se constantes na apreciação geral que é feita nos diferentes estudos sobre a construção social da realidade pelos média, quer no plano da mercantilização – económica, mas também política das práticas jornalísticas –, quer no plano da diversidade de vozes específicas do sistema político-partidário, quer no plano do défice de pluralismo de largo espectro – geográfico, cultural, político.

Mas verifica-se também que as estratégias editoriais não são inócuas; reflectem, em regra, um modelo performativo de negatividade, ou mesmo um princípio do esquecimento que se corporiza nas censuras naturalizadas ou cristalizadas no próprio dispositivo televisivo. Assim se produz um défice de conhecimento da experiência da cidadania que num primeiro momento é configurado na própria elisão dos processos sociais ou da virtude civil. Dramatização, actualidade trágica e *fait-divers* passam então a dominar a selecção do acontecimento e a hierarquização da agenda e, em consequência, formatam a celebração do consenso e do conflito como realidades fechadas sobre si próprias e sobre o seu muito redutor modelo enunciativo.

<sup>4</sup> Cf. Francisco Rui Cádima, *A Televisão, o Digital e a Cultura Participativa*, Lisboa, Media XXI, 2010 (no prelo).

<sup>5</sup> Tapio Varis and Salem Al-Agtash (Orgs.) *Soul, Spirit & Skill – Ubiquitous ICT for Sustainable Education and Cultural Literacy*, Helsinquia: Helsinki University Print/Finnish National Commission for UNESCO, 2009.

<sup>6</sup> Jacques Bouveresse em entrevista a Sylvain Bourmeau no site *Mediapart* (16 Mars 2008): «La presse doit résister à la soumission». Consultado a 19 de Maio de 2010: <http://www.mediapart.fr/article/offert/e150719cdc1f97927af2ad228d1d3fc4>

Dessa forma, a história que os média enunciam é, desde logo, a sua própria história. Diz Daniel Innerarity (2006: 95) que «os meios de comunicação não descrevem uma realidade exterior: são autores, eles próprios, num campo social de forças em que exercem influência e que neles a exerce também». Podemos interpretar esta asserção de diversos ângulos, quer do ponto de vista, por exemplo, da teoria e epistemologia da história dos média, quer do ponto de vista da própria experiência relativa ao discurso destes ao longo do século XX; mas o que é facto é que este ponto de vista é central em toda a nossa questão, isto é, o enunciado dos média fala-nos, em primeira instância, das suas exclusões, das suas estratégias de negociação dos acontecimentos face a essa espécie de contratualização mercantilista a que já aludimos e à qual devem obediência. É esse sistema integrado de recomposição do mundo e de reescrita do acontecimento que, de certa maneira, Innerarity nos propõe quando diz que os média «proporcionam a coesão social mínima (...) criam a integração comunicativa instantânea»<sup>7</sup> sem a qual, nas suas palavras, uma sociedade seria impensável, na medida em que, por assim dizer, não haveria uma imagem mitificada e redundante e securitária desse mesmo mundo.

Porque, no fundo, os média devolvem-nos um mundo-sem-surpresa, uma realidade de referência com os seus rituais próprios, um mundo que é «descomplexificado» numa lógica mais de entretenimento do que de informação e que por isso mesmo paira acima do caos organizado. Aliás, o referente do sistema de média acaba por ser não o «real» propriamente dito mas o jogo de espelhos que a sua lógica discursiva auto-reproduz: «a comunicação é efectivamente o lugar onde se constrói o comum, mas este comum tem muito pouco valor de realidade e resulta de um dispositivo de construção social».<sup>8</sup> Da mesma maneira, a perspectiva analítica sobre as suas práticas não é tanto «adequacionista» (verificar a sua adequação ao real), mas sim «construtivista», isto é, procura perceber «não como [os média] destroem a realidade, mas sim como a constroem».<sup>9</sup>

Alguma nuance pode ser aqui introduzida. Lembramos um estudo coordenado por James Curran (2009) sobre o pequeno universo de práticas enunciativas quando perante diferentes sistemas de média: a preponderância do modelo público, a dupla público/privado e o modelo mais especificamente de mercado. Quando comparados, tal como Curran e a sua equipa fizeram, parece óbvio que o modelo de serviço público de televisão dedica mais atenção aos assuntos públicos e internacionais e promove mais o conhecimento nestas áreas do que o modelo de mercado. O tempo concedido à informação é também maior e inclusivamente contribui para um menor desconhecimento das realidades sociais e das questões da agenda da vida pública e política. Mas, genericamente, através de novos ciclos de desregulamentação, pode dizer-se que os meios de informação estão a ficar mais orientados para o mercado e para o entretenimento, o que traz um problema acrescido para a ordem democrática.

Como refere Curran no seu estudo, é verificada a hipótese de que um sistema de média mais orientado para o mercado, fornecendo mais *soft news* do que *hard news*

<sup>7</sup> Daniel Innerarity, *O Novo Espaço Público*, Lisboa: Teorema, 2010, p. 87.

<sup>8</sup> Innerarity, *op. cit.*, p. 88.

<sup>9</sup> Innerarity, *op. cit.*, p. 99.

(isto é, mais informação centrada no crime, em calamidades e em acidentes do que informação sobre política, administração pública, economia, ciência, etc.), impede o exercício de uma cidadania informada e tem como consequência um progressivo distanciamento da população da vida pública. Curran reconhece que hoje um número crescente de países está a convergir para o modelo centrado no entretenimento da TV americana. Tendência que está a promover uma diminuição da exposição ao jornalismo sério e uma redução dos níveis de conhecimento público e cívico. Sendo certo que a informação pública é determinante nos média, a contínua desregulamentação da televisão conduz a uma situação extremamente crítica em matéria de experiência democrática.

As teses de Curran não estão isoladas. Outros investigadores têm chegado a conclusões semelhantes. Estas matérias foram excepcionalmente bem identificadas e analisadas por um investigador americano, de seu nome Markus Prior. Num livro que é já uma referência nos EUA<sup>10</sup>, Prior defende justamente que na era da pós-televisão há um fenómeno crítico que tem a ver com um acentuado crescimento da oferta televisiva na área do entretenimento. Tal verificação vem ao encontro daquilo que Curran também sustenta: que uma diminuição do contacto com a informação, de um modo geral, significa um desvio da atenção dos cidadãos para as matérias de domínio público e político; significa, no fundo, a sua progressiva despolitização.

Markus Prior considera que o contexto de hiperfragmentação da oferta colide com a própria experiência democrática, no sentido em que afasta o cidadão comum do próprio conhecimento político e abala as «fundações» do sistema democrático. Num contexto de maior exposição à informação há um efeito claro de interiorização dessa informação, ainda que não haja uma determinação prévia nessa relação entre o telespectador e a emissão em causa. O que deixa prever que a questão da motivação ou interesse relativamente às *hard news* pode estar fortemente dependente das possibilidades de escolha em presença. Uma vez que a tendência é o forte crescimento do *entertainment*, verifica-se um cada vez maior afastamento do cidadão comum dos próprios assuntos políticos. As consequências deste fenómeno são evidentes para a experiência democrática e de cidadania, conduzindo, portanto, a esse progressivo afastamento do político. Aquilo que se tem caracterizado como a hiperfragmentação da oferta no novo ambiente mediático, que tem fundamentalmente a ver com o mundo de possibilidades de escolha de conteúdos no actual complexo de redes e plataformas disponíveis, acaba por ser a fraqueza central do sistema, na medida em que esse é precisamente o principal bloqueio à produção e ao acesso à matéria política.

O facto é que, se a televisão inicialmente aumenta o grau de cultura política dos cidadãos, nas eras da fragmentação e da hiperfragmentação essa tendência abranda e/ou inverte-se. A cada vez menor exposição aos «velhos» noticiários de *prime time* associada ao facto de muita dessa exposição se verificar face ao modelo das *soft news* tem como consequência não somente uma diminuição da cultura política dos cidadãos, mas também uma cada vez maior polarização política e ainda um decréscimo da par-

<sup>10</sup> Markus Prior, *Post-Broadcast Democracy. How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections*, NY: Cambridge University Press, 2007.

ticipação na coisa pública, inclusivamente no próprio sistema eleitoral, donde se retira também uma das causas centrais dos elevados níveis de abstenção que são hoje a regra no mundo ocidental: «Even though political information is abundant and more readily available than ever before, political knowledge has decreased for a substantial portion of the electorate: entertainment fans with access to new media. Ironically, the share of politically uninformed people has risen since we entered the so-called “information age”»<sup>11</sup> (Prior, 2007: 134).

Mas, voltando ao tema do serviço público, importaria pensar o velho modelo analógico com o contributo de um nome incontornável na filosofia contemporânea – Jürgen Habermas<sup>12</sup>, designadamente através de um seu texto em torno das «patologias» da comunicação política, em que refere justamente que as televisões públicas estão, fundamentalmente, num processo de adaptação ou de adopção do modelo dos seus concorrentes privados, alertando também para o facto de o «velho» jornalismo político, que ele considera uma peça central da política deliberativa, estar em vias de extinção. Ter-se-á então uma ideia mais correcta do lugar que o serviço público deve ocupar, por excelência, no espaço público em reforço da experiência democrática, da ideia de Europa e de uma nova cultura participativa e deliberativa dos cidadãos.

Gilles Lipovetsky falava em «telecaridade» para nos tentar dizer que a uma certa inacção política e de cidadania responde o sistema de média com a regulação das solidariedades, fixando «causas prioritárias»; assim sendo, nessa medida, há que condescender perante essa ética minimal que desculpabiliza as consciências, muito embora subordinando a moral ao golpe mediático. E o autor profetizou: «A construção do futuro não exige grandes cruzadas moralizadoras, tão encantatórias quanto ilusórias, tão heróicas como incapazes de resolver os nossos problemas reais. No nosso mundo, temos menos necessidade de hinos aos grandes valores do que de alargamento do reino das virtudes modestas.»<sup>13</sup> Isto para dizer que na era da «pós-moral», centrada nos múltiplos hedonismos do consumo, do eu, da imagem, e face ao fim da socialização moralizadora, os limites da transgressão do «caos organizado» estão sobretudo numa ética e numa exigência da responsabilidade, isto é, não no «virtuoso», mas no compromisso. O problema surge quando se constata que a experiência nos fala mais do conflito ou da pulsão pelo efémero do que do compromisso ou da capacidade de saber habitar o tempo, o mesmo é dizer, de saber habitar a História. Ou, se quisermos, em termos de uma teoria dos média, numa ecologia da acção comunicacional, mais conjuntiva do que disjuntiva, resistindo à urgência, numa lógica de implicação mútua e de «inscrição» da experiência.

No contexto desta reflexão sobre o campo dos média e a respectiva transição para o digital, qual o lugar da Net e das redes sociais? Isto é, será que as novas dinâmicas que

<sup>11</sup> Prior, *op. cit.*, p. 134.

<sup>12</sup> 6 Jürgen Habermas, «Political Communication in Media Society – Does Democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research», *Communication Theory*, 16, 2006, pp. 411-426.

<sup>13</sup> Gilles Lipovetsky, «A era do após-dever» in Edgar Morin; Prigogine Ilya, *et al.*, *A Sociedade em Busca de Valores*, Lisboa: Instituto Piaget, 1998.

vão corroendo a distinção público/privado e o próprio estatuto da privacidade ganham características afins às enunciadas para a TV e a Net, configurando-se como uma espécie de novos ciclos de entretenimento, lazer, etc., produzidos no interior da própria rede de amizades/familiar? A ser assim, as redes sociais reforçariam esse afastamento do político, verificado também em casos anteriores.

Evidentemente, hoje, pensando por exemplo nos sistemas de agregação de informação, é sabido que estes introduzem um novo problema nesta área, que tem a ver com a privacidade e o cruzamento inteligente de informação. Vejam-se os sistemas *data mining*, que são, no fundo, dispositivos analíticos dos dados, que os categorizam, identificam tipos de relações, encontram correlações ou padrões de uso, e outros, e isto entre múltiplas bases de dados relacionais... Nesta configuração, qualquer cidadão corre o risco sério de vir a ser o último a saber a sua própria história. Percebe-se, por isso, que haja resistências (não tanto dos *digital natives*) face à disponibilização da informação, à videovigilância, à geolocalização, ao «naturismo» digital, etc. Mas, por outro lado, a essa potencial resistência, sucede uma banal exposição.

Este fenómeno, aliás, pode ser interpretado a par de outro, da fase da «neotelevisão», que tem a ver sobretudo com a *reality TV*. Os velhos *reality shows* e *talk-shows* da televisão generalista transformaram-se, em muitos casos, em autênticos fóruns de histórias pessoais privadas, quantas vezes não mesmo em «púlpitos» para alguém anunciar publicamente algo que o próprio cônjuge poderia ainda não saber, mas que depressa seria do conhecimento do mundo... Esta súbita ascensão de uma espécie de «proletariado» catódico ao pequeno ecrã – isto é, daqueles que nunca tinham tido oportunidade de ascender à «dignidade mediática», os «sem-voz» da esfera pública/política, por assim dizer – verificou-se quer na *reality TV*, quer na própria informação televisiva, nas peças de género mais tablóide. Com isso, o que a televisão quis de certa maneira dizer é que estava a dar voz aos «deserdados» da mediocracia. Mas não. Realmente, o que sucedia é que lhes devolvia uma «voz», por assim dizer «deslocada», que não era exactamente a deles.

O que o Facebook faz é bastante mais do que isso, utilizando todas as suas facilidades «não-lineares», o que não significa que tenha outros resultados radicalmente diferentes no plano da experiência democrática dos cidadãos utilizadores desse serviço. Não se devendo esquecer, a propósito, que a possibilidade de eliminação total de um perfil é algo relativamente recente nesta rede social. Mas, ao contrário do «directo» televisivo que não tem emenda, um *upload* em falso na Net ou a existência de informação privada agregada ou não em bases de dados, históricos de navegação, etc., confrontam-se ainda com a questão do direito à eliminação de dados pessoais na Net. A verdade é que a questão da protecção dos dados pessoais é algo que não está resolvido. Uma coisa é certa, hoje o anonimato na rede parece estar a decrescer, o que demonstra que há uma evolução e uma consolidação deste novo sistema, inclusiva e paradoxalmente no plano humano, como se pode crer pelo interessante testemunho de uma consultora da área: «The social networks' greatest achievement has been to bring humanity into a place that was once cold and technological».<sup>14</sup>

<sup>14</sup> «A World of connections – A special report on social networking», *The Economist*, 30 de Janeiro, 2010.

Na era *post-broadcast*, na emergência do novo ambiente digital, caracterizado pela multiplicação das opções de acesso e por novas facilidades da oferta, designadamente no contornar os tradicionais modelos de grelha televisiva ancorada na informação de *prime time*, a verdade é que tanto a desregulamentação da televisão pública, como a pós-televisão, e mesmo a Internet, como veremos, têm, porventura, aumentado as desigualdades políticas entre os cidadãos. E aqui vamos ao encontro de Matthew Hindman, que não é propriamente um netfóbico. Aqui estamos num outro registo, se bem que se deva levar em linha de conta outras múltiplas formas de pensar a «vida digital». Veja-se, por exemplo, o psiquiatra italiano Vittorino Andreoli: «Tenho medo de que (...) em vez de continuar na moldura da vida humana, se chegue a pensar que a tecnologia é o ser humano e que a *human life* é a existência digital, que a acção não parte do cérebro do ser humano, mas das polpas das cabeças dos seus dedos»<sup>15</sup>...

Hindman pensa contra a corrente. Um certo ciberoptimismo sobre a possibilidade de a Internet estar a democratizar a política pode ser uma ideia já em falência, uma vez que ele considera que não somente há mais desigualdades na política *online* do que na esfera política tradicional, como também que a Net *mainstream* acaba por absorver a quase totalidade do tráfego dos cibernautas, pelo que muito do que conceptualizava o «analógico» está também a migrar para o digital – «online politics is simply “politics as usual”» (Hindman, 2009: 12).

Mas não só a política é aqui replicada e porventura aumentada. Também sucede o mesmo com as barreiras à entrada e com a própria concentração e concorrência, conduzindo àquilo que Hindman chama uma «Googlearchy», isto é, um sistema dominado por motores de busca submetidos ao algoritmo do «The Winner Takes It All», o que está longe de assegurar o pluralismo e a diversidade na Net, bem como um acesso transparente à informação. É errada, portanto, a noção de que as audiências no *online* são menos concentradas do que no *offline*. Aplicando os índices Gini, HHI e Noam index, Hindman conclui inclusive que o grau de concentração dos média escritos na Net é maior do que o dos impressos. Hindman acaba por ter uma visão substancialmente diferente da de Benkler (2006), por exemplo, que acredita que a economia interconectada da informação é capaz de autogerar mecanismos de organização espontânea, onde os novos «*producers*» utilizam as suas competências para gerarem uma produção social nova, que se redistribui através de automatismos gerados nas próprias redes matriciais, originando novas dinâmicas no plano da liberdade dos cidadãos. Do conjunto de pesquisas muito assertivas conduzidas por este investigador norte-americano, é fácil concluir que a tão falada diversidade *online* é mais um mito construído pelo ciberoptimismo do que uma realidade respaldada nos números. Uma análise mais aprofundada mostra ainda uma constante desigualdade no acesso. A persistência da exclusão digital evidencia, afinal, um conjunto de complexos bloqueios à abertura do digital à experiência democrática.

<sup>15</sup> Vittorino Andreoli, *O Mundo Digital*, Lisboa: Presença, 2007.

## Referências bibliográficas

- Andreoli, V. (2007) *O Mundo Digital*, Lisboa: Presença.
- Auletta, K. (2010) *Google – O fim do mundo como o conhecemos*, Porto: Civilização Editora.
- Benkler, Y. (2006) *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*: Yale University Press.
- Beger, P. & Luckmann, Th. (1997) *Modernidad, Pluralismo y Crisis de Sentido. La orientación del hombre moderno*, Barcelona: Paidós.
- Bouveresse, J. (2008) «La presse doit résister à la soumission». Entrevista a Sylvain Bourmeau no site *Mediapart* (16 Mars): Consultado a 19 de Maio de 2010: <http://www.mediapart.fr/article/offert/e150719cdc1f97927a-f2ad228d1d3fc4>
- Cádima, F. R. (2010) *A Televisão, o Digital e a Cultura Participativa*, Lisboa, Media XXI, 2010.
- Habermas, J. (2006) «Political Communication in Media Society – Does Democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research», *Communication Theory*, 16: 411-426.
- Hindman, M. (2009) *The Myth of Digital Democracy*, New Jersey: Princeton University Press.
- Innerarity, D. (2010) *O Novo Espaço Público*, Lisboa: Teorema.
- Lipovetsky, G. (1998) «A era do após-dever» in Morin, E. & Prigogine, I., et al. (1998) *A Sociedade em Busca de Valores*, Lisboa: Instituto Piaget.
- Otte, M. (2010) *El crash de la información. Los mecanismos de la desinformación cotidiana*, Madrid: Editorial Ariel.
- Pires, F. L. (1992) *A Imprensa e a Europa*, Lisboa: Edição de Autor.
- Prior, M. (2007) *Post-Broadcast Democracy. How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections*, NY: Cambridge University Press.
- Varis, T. & Al-Agtash, S. (eds.) (2009) *Soul, Spirit & Skill – Ubiquitous ICT for Sustainable Education and Cultural Literacy*, Helsínquia: Helsinki University Print/Finnish National Commission for UNESCO.
- The Economist* (2010) «A World of connections – A special report on social networking», January 30th.