

Entrevista com Hélder Prior

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.2.2933>

Pesquisador português / Doutor em Ciências da Comunicação pela Faculdade de Artes e Letras da Universidade da Beira Interior (UBI), Portugal / Pesquisador integrado no Laboratório de Comunicação e Conteúdos On-line (Lab-Com) da UBI, Portugal / Professor Visitante Estrangeiro na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil.

ANTÔNIO FAUSTO NETO & ALI-NE WESCHENFELDER (A.F.N. & A.W.): Como avalia as investigações desenvolvidas no contexto atual acadêmico português, sobre as relações entre midiatisação e política, destacando: ângulos de abordagens; orientações metodológicas; resultados e possíveis diálogos com pesquisas anteriores?

HÉLDER PRIOR (H.P.): O movimento de deslocação dos media para o centro do processo político e, também, dos processos sociais, é absolutamente fundamental para compreendermos as transformações da comunicação política contemporânea e o fenómeno da mediatização, também no caso português. Devido ao facto de Portugal ter vivido um longo período de ditadura (1933-1974), no qual os meios de comunicação foram usados como meios de propaganda do regime, só no final dos anos 80 e inícios dos anos 90 é que os grupos de media se reorganizaram e adquiriram outras dimensões. Tal significa que este processo de deslocação dos media para o campo político e, sobretudo, social, é relativamente recente. Em consequência, também o volume de estudos sobre a mediatização da política tem menos de duas décadas e não é comparável ao volume de estudos que encontramos nas universidades americanas, por exemplo. E este é um cenário comum nos países do sul da Europa, casos de Portugal, Espanha ou Itália, particularmente. Este processo mais lento também é explicado pela tardia formação de cursos de comunicação nas universidades portuguesas e a consequente criação de pólos de pesquisa científica sobre os fenómenos comunicacionais, particularmente sobre a intersecção entre as esferas da política e da comunicação. Só muito recentemente é que alguns cursos passaram a incluir a disciplina de Comunicação e Política nos ciclos de estudos. Todavia, este último aspecto ganhou, particularmente, mais força na última década, sendo possível identificar já um número considerável de trabalhos sobre os impactos



<https://ppacom.ufms.br/corpo docente/>

dos debates políticos televisivos, sobre a cobertura das campanhas eleitorais, estudos sobre o voto e sobre a propaganda política, mediatização da corrupção política e cobertura jornalística do escândalo político, representações sociais nos media e claro, sobre os efeitos da Internet, da blogosfera e das redes sociais digitais na comunicação política e na sociedade.

A.F.N. & A.W.: Como avalia a evolução dos estudos comunicacionais sobre a midiatização, no contexto acadêmico português?

H.P.: Em termos de estudos teórico-empíricos, existe neste momento um volume considerável de estudos sobre mediatização, embora se deva reconhecer que o volume de pesquisas era relativamente escasso até ao início do século. Fazendo uma procura em alguns dos principais repositórios, constatamos que o termo “mediatização” tem sido empregado de maneira crescente nas últimas duas décadas em artigos científicos, livros e dissertações. Fazendo uma pesquisa no Repositório Científico de Acesso Aberto em Portugal do termo “mediatização”, encontramos 183 dissertações de Mestrado, 101 artigos científicos, 21 livros e 56 teses de doutoramento. É possível identificar estudos sobre as instituições mediáticas, tecnologia e linguagens, bem como estudos sobre o ambiente mediático e as práticas sociais. Expressões como esfera pública mediatizada, política mediática, mediatização da justiça ou mediatização da corrupção política, mediatização da vida privada, surgem em livros e artigos acadêmicos da área. Também se deve destacar a organização de alguns eventos científicos em distintas universidades, casos de congressos sobre mediatização dos escândalos políticos que têm sido organizados na Universidade de Coimbra, ou até de Retórica mediatizada, como acontece na Universidade da Beira Interior (UBI) há já alguns anos. O Labcom (Laboratório de Comunicação e Conteúdos On-line da UBI), por exemplo, tem uma linha de pesquisa sobre Informação, Media e Sociedade, com vários trabalhos publicados particularmente sobre o impacto dos novos media na política e na sociedade. Também o Centro de Investigação em Comunicação da Universidade Nova de Lisboa, CicDigital, apresenta um grupo de pesquisa sobre Cultura, Mediação e Artes, considerando a relação entre a cultura e arte e entre cultura e mediações na era da convergência digital. De qualquer modo, e talvez fruto da herança europeia e de tal como sugere Livingstone, o conceito estar longe de um consenso, as expressões mediatização e mediação são utilizadas de modo intercambiável, algo que, por exemplo, não acontece nos estudos latino-americanos bastante influenciados pela concepção de Martín Barbero sobre as mediações. No mesmo repositório, se ampliarmos a pesquisa e incluirmos o termo “mediação”, surgem 1853 teses de doutoramento e 4600 dissertações de mestrado.

A.F.N. & A.W.: Como explica a evolução da “onda” conservadora que assola a política nos contextos europeu e latino americanos? Você atribui

alguma relação com a ascensão da internet, redes sociais e outros fatores comunicacionais?

H.P.: As transformações nas condições ou nos espaços onde a política ocorre, transformações relacionadas com a mediatização da política contemporânea, oferecem, como sabemos, novas oportunidades de interação, participação e surgimento de novos atores e novas agendas, mas também proporcionam novos riscos e até novas práticas performativas da política e dos seus atores. O ressurgimento do populismo de direita radical, a tal onda conservadora de que fala, coloca, efetivamente, novas questões na relação da política com o campo dos media. Os movimentos populistas contemporâneos emergiram, por um lado, num período histórico marcado por crises económicas e por uma forte contestação a essas crises, particularmente nos países do Sul da Europa (Itália, Grécia, Espanha), contestação que provocou a erosão de instâncias partidárias tradicionais de mediação e, por outro lado, numa época pautada pela irrupção de novas plataformas tecnológicas que alteraram o modo como os indivíduos comunicam e participam na vida pública. A ascensão do “populismo digital” necessita, com efeito, de ser enquadrado como um produto destas transformações, uma vez que elas possibilitaram as condições para os movimentos populistas apelarem a eleitores insatisfeitos e digitalmente conectados em rede, fora dos mecanismos tradicionais de mediação (partidos políticos tradicionais e meios de comunicação hegemónicos). Assim, as plataformas de social media afirmam-se como um canal adequado para que a retórica populista se faça ouvir e para que os cidadãos manifestem a sua indignação em relação às elites políticas e em relação aos próprios meios de comunicação hegemónicos, acusados de integrem o *establishment* corrupto. Não há dúvidas que os media digitais oferecem aos movimentos populistas a possibilidade de utilizarem canais alternativos de propaganda camuflada de notícias (as famigeradas *fake news*), que fomentam o disseminam um discurso antielitista, antipluralista e moralista. Canais alternativos como o *Breitbart News*, co-fundado por Steve Bannon, o espanhol *La Tuerka*, um noticiário apresentado pelo próprio Pablo Iglesias do *Podemos*, o site *Infowars*, um dos sites preferidos de Donald Trump nas Presidenciais Americanas de 2016, ou os diretos no *Facebook* de Bolsonaro, comprovam esta tendência de enfraquecimento das instâncias tradicionais de mediação.

A.F.N. & A.W.: Voltando ao tema das redes sociais: pesquisas observam o enfraquecimento crescente das estruturas e instâncias “clássicas” de mediação, no contexto em que as redes sociais despontam com singular protagonismo comunicacional, cujos efeitos poriam em ameaça as formas de democracia representativa. Como encaras este fato e como observas o debate sobre tal problemática, no contexto atual dos estudos comunicacionais europeus e portugueses?

H.P.: Ao possibilitarem práticas de comunicação direta que dispensam a

mediação tradicional dos *gatekeepers*, plataformas como o *Facebook*, *Whats-App*, *Twitter* ou *Youtube*, são meios privilegiados da comunicação política hodierna, permitindo o estabelecimento de fluxos comunicacionais entre os dirigentes políticos e os cidadãos, bem como o estabelecimento de redes de comunicação “descentralizadas” de muitos para muitos, nas palavras de Manuel Castells. Assim, as chamadas redes sociais digitais oferecem aos políticos populistas a possibilidade e a liberdade para difundirem as suas mensagens e as suas ideologias, isto é, o cumprimento do seu desígnio clássico de estabelecer uma relação direta com o povo, categoria central da retórica destes movimentos. A atual conjuntura social e política, não pode deixar de ser relacionada com a irrupção de canais alternativos, próprios da comunicação digital, e com a respetiva fragmentação do espaço público. A polarização política, as clivagens ideológicas, o surgimento de movimentos políticos alternativos, os sentimentos de indignação face ao poder político, provocados por crises económicas, como acontece no cenário europeu, ou até pela judicialização da política, como aconteceu no Brasil com os efeitos da operação *Lava Jato*, encontraram na comunicação em rede, particularmente nas redes sociais digitais, um terreno bastante fértil para a disseminação das suas mensagens e discursos. Como consequência deste cenário de descentralização da comunicação e do surgimento de movimentos que, beneficiando de canais de comunicação direta, propõem o exercício do poder político de forma não mediada e não institucionalizada, os mecanismos tradicionais da democracia representativa têm sido substituídos ou enfraquecidos. Logicamente que a erosão da democracia representativa não pode ser meramente justificada por alguns efeitos eventualmente mais nocivos das redes sociais digitais. A esfera política, falando em termos abstratos, também é responsável pelo desencantamento dos cidadãos em relação ao campo político e por um certo desenraizamento do cidadão face à esfera pública.

A.F.N. & A.W.: Levando em conta as relações académicas entre Brasil e Portugal, que temas comunicacionais poderiam ser abordados em investigações conduzidas por investigadores destes países, valorizando, por exemplo, dimensões comparativas?

H.P.: No atual contexto político, jurídico e mediático dos dois países, com denúncias de dois escândalos de corrupção que envolvem a ex-cúpula do poder político, vejo com muito interesse o estudo comparativo do papel da mídia na publicização dessas denúncias e, claro, na construção narrativa e consequente refiguração dos fenómenos *Lava Jato* e *Operação Marquês*. Como dimensão comparativa, por exemplo, veja-se o papel desempenhado pela esfera da justiça na mediatização dos dois escândalos, “alimentados” por fugas selectivas de informação oriundas da magistratura, com evidentes implicações na criação de julgamentos paralelos de opinião pública e de uma representação mimética dos processos judiciais que conduz inevitavelmente ao fenómeno da judicialização

que reserva um tempo do seu dia a dia para ler a imprensa independente de qualidade. Ora, estes dois fatores são praticamente impossíveis na atual dinâmica das nossas sociedades. A mercantilização da atenção pública e a privatização do espaço público provocada pela expansão e invasão da esfera do labor (trabalho), são fatores cruciais para entendermos aquilo que se passa nas nossas sociedades, sem que se caia no argumento de responsabilizar as redes sociais por todos os fenômenos hodiernos. Não pode haver intelectuais se não houver uma imprensa predisposta a promover o debate público sobre as grandes questões que as nossas democracias atravessam, nem se os cidadãos tiverem pouco tempo livre disponível para dedicar ao debate público, à educação, à leitura, ao uso público da razão, no sentido *kanteano*.

As redes sociais digitais são uma realidade incontornável das nossas sociedades, mas só na última década é que o seu uso se tornou generalizado. Talvez ainda estejamos a apreender a lidar com as redes sociais digitais e com os seus efeitos. Recordo que muitas das críticas que são feitas às redes sociais, são praticamente as mesmas que foram feitas ao impacto da televisão pelos teóricos da segunda vaga da Escola de Frankfurt e por um certo pensamento de suspeita visível nos trabalhos de Guy Debord, Neil Postman, Umberto Eco ou Jean Baudrillard, para citar os exemplos mais significativos. Atomismo social, isolamento, individualismo, alienação, são aspectos que integram essa retórica. Creio que não se trata de combater as redes sociais digitais, mas de trazer, para as redes sociais, as instâncias de mediação e os intelectuais, que muitas vezes ficam reduzidos aos espaços elitistas de discussão pública que têm cada vez menos impacto e audiência.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICAÇÃO DO ENTREVISTADO

Hélder Prior. Doutor em Ciências da Comunicação pela Faculdade de Artes e Letras da Universidade da Beira Interior (UBI), Portugal. Entre 2014 e 2015, realizou estágio pós-doutoral na Universidade de Brasília (UnB) com bolsa da PNPD-Capes/2013 (*Programa Nacional de Pós Doutorado*-Coordenação de aperfeiçoamento de pessoal de nível superior, Brasil), e entre 2016 e 2018 estágio Pós-Doutoral na UBI (Portugal), com períodos de investigação na UnB (2017) e na Universidade Autónoma de Barcelona (UAB, Espanha, 2018), com bolsa financiada pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT) do governo português. Professor Visitante Estrangeiro na Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, Brasil, onde leciona *Comunicação e Política*. Integra o quadro docente do Departamento de Comunicação da Universidade Autónoma de Lisboa, Portugal. É investigador integrado no Laboratório de Comunicação e Conteúdos On-line (LabCom) da UBI, investigador colaborador no Observatorio Iberoamericano de la Comunicación da UAB, e, desde 2017, investigador colaborador estrangeiro no Núcleo de Marketing (Numark) da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Brasil. É autor do livro *Esfera Pública e Escândalo Político* (Media XXI, 2016), e co-organizador, com Liziane Guazina e Bruno Araújo, da obra *Diálogos Lusófonos em Comunicação e Política* (Livros LabCom, 2016).