

Tecnoatores e o Espaço Mediador Contemporâneo: uma análise do Portal Vermelho

Beatrice Vergili da Costa¹

Carlos Alberto Zanotti²

Resumo

As tecnologias da informação e comunicação (TIC's) abalaram a indústria da comunicação, em especial o setor jornalístico. Com a Internet, o modo de produção e recepção de conteúdo sofreu alterações significativas e as empresas legitimadas passaram a dividir o espaço de mediação com outros atores sociais. Aos tradicionais meios de comunicação somaram-se blogs, sites e redes sociais, que possibilitam uma maior interação e diálogo com seus receptores. Para entender de que maneira este fenômeno está ocorrendo, analisamos o Portal Vermelho, um site de notícias conveniado com o PCdoB e constatamos a entrada de novos atores num cenário em que anteriormente atuava apenas a legitimada indústria da comunicação.

Palavras-chave: *Tecnoatores; TIC's; Mediação.*

Introdução

Os espaços de mediação social, ou espaços de comunicação, são uma maneira de se entender o fluxo de trocas sociais, materiais e simbólicas que estabelecem um diálogo amplo na sociedade. Eles emergem de uma necessidade da própria organização social humana e sua presença se intensifica conforme os grupos vão se aproximando do que hoje entendemos por sociedade. Estão presentes em praticamente todos os períodos da história

¹ Estudante de Jornalismo do Centro de Linguagem e Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Campinas - Campinas, SP, Brasil. Membro do Grupo de Pesquisa Sociedade Mediatizada: Processos, Tecnologia e Linguagem e bolsista de Iniciação Científica PIBIC/CNPq. E-mail: beatrice.vc@puccampinas.edu.br

² Orientador do trabalho. Doutor em Ciência da Comunicação, professor e pesquisador da Faculdade de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Líder do Grupo de Pesquisa Sociedade Mediatizada: Processos, Tecnologia e Linguagem. E-mail: zanotti@puc-campinas.edu.br

humana, sempre de acordo com as tradições e recursos da época, para permitir que existam atores dentro dos grupos sociais, ou seja, cidadãos dispostos a debater as pautas, preocupações e anseios da sociedade. É dentro desse espaço, seja ele correspondente à Ágora grega ou à praça da era moderna, que os atores podem discutir a sociedade e lutar por seus ideais. Cabe lembrar que o espaço mediador não é neutro ou igualitário e, por isso, há grupos que controlam o espaço por longo tempo (como no caso da mídia tradicional) e grupos que ficam excluídos ou acabam ignorados pelo próprio espaço.

Na modernidade a Europa assistiu ao desenvolvimento de uma nova cultura política fundada pela esfera pública burguesa. Segundo Habermas (2003), a burguesia desenvolve seu senso crítico através do consumo da literatura e dos jornais e dá início a uma nova concepção de participação política e da relação entre o Estado e a sociedade. Ao permitir que os cidadãos emitissem juízo de valor e críticas a respeito da realidade social que enfrentavam, o período moderno inaugurou a formação de mentalidades com posicionamentos mais ativos e, conseqüentemente, fomentou a união daqueles que partilhavam das mesmas ideias.

Em decorrência disso, atuar dentro da vida coletiva tornou-se uma forma consolidada na busca de um projeto de sociedade que atendesse aos desejos do maior número de pessoas possível, com a formação de grupos com interesses comuns. Uma vez formados, esses grupos necessitavam de um espaço de interação, onde era possível dialogar, expor conflitos e fortalecer ideias em função de um objetivo comum (CORTEZ, 2006). A burguesia passou a reunir-se em cafés para travar discussões sobre política e economia e analisar criticamente assuntos que fossem de interesse social, reinaugurando a ideia de um espaço de mediação, o que resultou em grupos fortalecidos internamente e prontos para assumir o poder. A partir do momento em que isso ocorre, ou seja, com a consolidação do sistema capitalista na gestão política, o desejo de partilhar o conhecimento e a informação com todos os cidadãos é substituído pela manipulação da opinião pública e a dominação do espaço de mediação por parte de empresas de comunicação.

A comunicação e seus meios exercem um inegável poder social, pois é através dela que os grupos sociais podem construir espaços que superem os limites impostos pelos dominantes. Essa ideia pode ser comprovada quando levamos em conta que censurar e assumir o controle dos meios de comunicação de massa é uma das primeiras ações de governos totalitários, para evitar a propagação de discursos dissonantes. Com o domínio desse poder, durante muitos anos – desde a ascensão da burguesia até os dias de hoje – a

imprensa legitimou-se enquanto mediadora da sociedade. Sua consolidação dá início ao declínio do espaço mediador geográfico, disseminando conteúdos e culturas e ganhando velocidade nesse processo a cada invenção tecnológica. A imprensa era a única detentora das informações formadoras de opinião e incentivadoras dos debates.

O atual cenário midiático é marcado pelo impacto das novas tecnologias de informação e comunicação - principalmente a Internet - que fundaram a tecnosfera, ambiente capaz de romper com o espaço de mediação geograficamente localizado dos cafés modernos e reinaugurar a comunicação pública, baseada no diálogo e na pluralidade de vozes. A ideia do espaço mediador contemporâneo é indissociável das novas tecnologias, instauradoras da tecnosfera; o desenvolvimento tecnológico possui estreita relação com o processo de comunicação, pois lhe oferece suportes que permitem novas formas de produção, circulação e recepção de produtos simbólicos. Segundo o pesquisador Glauco Cortez (2006), a tecnosfera deve ser entendida como um espaço sem fronteiras em que a velocidade do meio técnico sobrepõe-se à territorialização, rompendo a concepção puramente utilitária de tecnologia. É através das tecnologias e do ambiente técnico inaugurado que o espaço mediador torna-se cada vez mais difundido e democrático, possibilitando o surgimento de novos atores num cenário em que antes atuava exclusivamente a indústria da comunicação.

Na atualidade, a experiência de conhecimento coletivo está mediada pela tecnologia. Não há mais uma intensa mediação cultural geográfica (cafés, praças, salões) capaz de se sobrepôr aos efeitos disseminadores dos meios de comunicação e da mídia de uma forma mais ampla. A Internet, que a partir da década de 90 começa a alcançar a população mundial graças aos programas de inclusão digital, multiplicou os canais de expressão, ampliando o espaço de produção e circulação através de informações culturais e reconfigurando os circuitos de mediação (AMEIDA, 2009). Sua chegada teve impacto direto no setor jornalístico, que, além de enfrentar o desafio do entendimento de suas potencialidades, passou a dividir o espaço mediador contemporâneo com diversos technoatores produtores de blogs e portais com conteúdo informativo. Para assegurar esse espaço por um longo tempo, os novos atores – ou technoatores, que atuam no espaço público agora transmutado em organismo técnico – precisam desenvolver estratégias de comunicação que satisfaçam suas pretensões políticas sem impedir que os temas de interesse interno cheguem a um público mais amplo e expondo suas ideias à contradição e ao diálogo social.

A partir dos conceitos discutidos, julgou-se necessário o desenvolvimento do presente trabalho, com o objetivo de perceber as características que fazem do portal um espaço de divulgação e propagação de representações que dialogam com a realidade social. O Portal Vermelho foi eleito o objeto de pesquisa por ser conveniado a um partido político (PCdoB), configurando-se num tecnoator, condição que perpassa os conceitos de cidadão, consumidor, eleitor e todos aqueles que buscam seus direitos particulares. Através da pesquisa e leitura bibliográfica, os conceitos pertinentes ao desenvolvimento da pesquisa foram estudados e, concomitantemente, a amostragem das editorias de Economia e Cultura foi colhida; duas semanas de publicações das editorias escolhidas foram analisadas: de 22 a 28 de agosto de 2011 e de 20 a 26 de novembro de 2011, totalizando um universo de estudo de 129 notícias. Essas editorias foram escolhidas intencionalmente: Economia, porque é capaz de fornecer uma ampla gama de informações e está diretamente ligada à Política, seja dos próprios governantes ou até mesmo das próprias empresas, por ser um reflexo e agir diretamente na sociedade; Cultura, por ser uma editoria que fornece um espaço, teoricamente mais livre, de expressão popular, do entendimento da sociedade enquanto tal e das relações humanas que se materializam em diversas formas de apresentação. Através da Análise de Conteúdo (AC), definida por Bardin (2002) como um conjunto de técnicas de análise de comunicação que visa obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção das mesmas, foi possível organizar os resultados obtidos e estabelecer as seguintes categorias de análise: produção e reprodução de conteúdos, atualização do portal e interatividade com os usuários.

0 Portal Vermelho

O Vermelho é um portal de notícias mantido Pela Associação Vermelho em convênio com o Partido Comunista do Brasil (PCdoB). Ele foi criado em 2002, data em que também foi lançado o Manifesto Vermelho, uma carta aberta aos internautas que procura chamar os leitores ao trabalho militante da ideologia esquerdista e que se tornou fundamental para o presente estudo. Nele estão presentes informações objetivas a respeito do que pretende o portal analisado. Uma dura crítica ao capitalismo está ali inserida; na visão dos autores, o planeta está imerso na crise e na guerra, ameaçado pelo livre comércio e pelo imperialismo norte-americano, difusor da concentração de riqueza, da crise e do lixo

cultural (MANIFESTO VERMELHO, 2002). O Manifesto defende que a Internet é, ao mesmo tempo, um fiel espelho dessa realidade e a única ferramenta capaz de transformá-la.

A própria Internet é igualmente um cenário de luta por outra realidade, por um mundo novo, um novo Brasil. E um cenário para um público de milhões, que permite a comunicação de massas a preço relativamente desprezível, em tempo real e escala planetária, com texto, som, imagem, movimento, interatividade (MANIFESTO VERMELHO, 2002).

Em se tratando do Vermelho enquanto um portal de notícias, algumas características chamam a atenção. Em primeiro lugar, vale dizer que, ao contrário do que ocorre com os sites da mídia tradicional, o Portal Vermelho não destina nenhum espaço à publicidade. Sua página inicial (home) conta com textos curtos, poucas imagens e algumas ferramentas de interação, como links das redes sociais Twitter e Facebook. Ele está dividido em nove editorias: Estados, Brasil, Mídia, Mundo, América Latina, Cultura, Geral, Movimentos e Economia. Chamou a atenção o fato de não existir uma editoria específica para Política, como ocorre nos portais jornalísticos renomados, mas esse fato confirma o que é afirmado no Manifesto Vermelho: o nexos da infinidade temática proposta é político, ou seja, todo o conteúdo do site, independentemente da editoria em que se encontra, é pautado a partir da política.

Duas outras características merecem destaque: a utilização da cor vermelha e o slogan do portal. A cor é um elemento importante em qualquer processo de comunicação visual, pois é um componente que interfere e influencia os sentidos humanos. No caso específico da cor vermelha, há ligação direta com vitalidade e intensidade, já que, segundo Kandinsky (2000), é uma cor quente e sem limites, que age no interior dos indivíduos. A cor é utilizada para simbolizar diversos partidos políticos brasileiros, principalmente os que integram a esquerda, como no caso do próprio PCdoB. Associa-se este fato à utilização do tom vermelho pela esquerda revolucionária ao longo da história mundial, que lembrava os desafios a serem enfrentados e simbolizava o sangue vertido em lutas. O segundo aspecto importante é o slogan do portal, “A esquerda bem informada”, que permite duas inferências: o conteúdo do site é feito pensando num público específico e pretende satisfazer a necessidade de informação do mesmo, o que pressupõe que o portal seja atualizado regularmente e trabalhe com conteúdo informativo numa proporção que permita ao leitor formar opiniões próprias.

O portal conta com uma equipe de 11 jornalistas e possui ainda a TV Vermelho, que produz matérias em vídeo sobre os mais diversos assuntos. Ele possui editorial, espaço onde divulga abertamente e de forma mais intensa a ideologia que possui, tratando de temas que foram noticiados. Como já dito, sua ligação com o PCdoB, “O partido do socialismo”³, foi a principal motivação para a escolha do portal como objeto desta pesquisa. Fundado em 1922, o Partido Comunista do Brasil é um dos mais antigos partidos da esquerda brasileira. Seu símbolo é formado por uma foice e um martelo, que materializam a aliança operário-camponesa, dispostos sobre um fundo de cor vermelha⁴. Ao longo dos mais de 90 anos de história, o partido já viveu muitos períodos de cisão e reorganização, declarando-se aliado ao Partido dos Trabalhadores (PT) desde a formação de uma frente de esquerda que lançou Luís Inácio Lula da Silva à Presidência da República, em 1989, até os dias de hoje, em que compõe a base do governo Dilma Rousseff.

Análise e resultados

Partindo dos conceitos discutidos neste trabalho e levando em conta a legitimidade da mídia tradicional enquanto um espaço mediador da sociedade, aplicamos três pontos fundamentais do webjornalismo (PALACIOS, 2003) aos conteúdos desenvolvidos pelo Portal Vermelho: a atualização e produção de conteúdo, a interatividade e a proporção entre opinião e informação.

Atualização e Produção de Conteúdo

A Internet possibilita a renovação de conteúdo de modo ágil e fácil, o que foi percebido rapidamente pelas empresas de comunicação. Com a migração do conteúdo jornalístico dos veículos impressos para a mídia digital, a atualização torna-se constante e característica dos grandes portais, o que resulta no surgimento de uma categoria de informação, as Últimas Notícias (*Breaking News*). Isso possibilita o acompanhamento contínuo em torno do desenvolvimento dos assuntos jornalísticos de maior interesse e, conseqüentemente, conquista e fideliza o público leitor (PALACIOS, 2003).

Para falar de atualização de conteúdo, obviamente faz-se necessário tratar da produção de conteúdo. No caso do Portal Vermelho, a produção de conteúdo é um ponto passível de discussão, uma vez que a maior parte das matérias publicadas é reproduzida a

³ Slogan do partido

⁴ Informações obtidas no site <http://www.pcdob.org.br/>

partir de outros veículos de comunicação, como ilustra o gráfico abaixo. A falta de conteúdo próprio reflete na atualização do portal, pois, ao contrário do que vemos em portais noticiosos consolidados, há dias em que as editorias analisadas não são atualizadas. Durante o período da amostragem isso ocorreu em 27 de agosto de 2011 na editoria de Economia, mas vale dizer que mesmo nos outros dias, quando algum conteúdo necessariamente foi postado, passaram-se horas até que houvesse uma nova inserção de informações. Enfim, no quesito atualização/ produção de conteúdo, o Portal Vermelho pode decepcionar seu leitor, contradizendo seu slogan – pois não conseguirá mantê-lo suficientemente informado em comparação com outros portais da mídia tradicional – e demonstrar certa falta de compromisso com a conquista efetiva de seu espaço enquanto mediador.

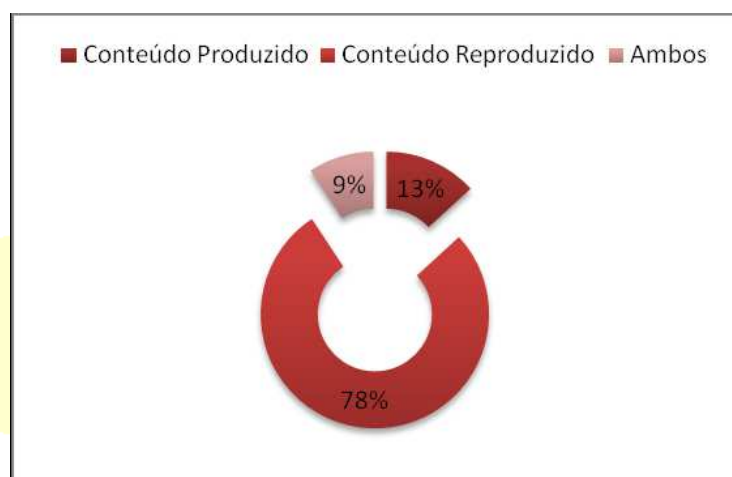


Gráfico 1 – O conteúdo do Portal Vermelho

Vale dizer que todas as matérias reproduzidas foram confrontadas com as originais e nenhuma alteração foi encontrada. Somente as matérias que contam com informações de fontes externas e são redigidas pela equipe do portal apresentam alterações, geralmente de ordem opinativa. Observamos que inserir comentários e críticas nesse tipo de matéria é característico do Portal Vermelho, o que demonstra que o portal é utilizado, de fato, como suporte de ideias de um grupo com interesses comuns, ainda que a atualização de conteúdo demande mais atenção.

Interatividade

Segundo Bardoel e Deuze, citados por Marcos Palacios (2003) as ferramentas do jornalismo online possuem a capacidade de fazer com que o leitor/usuário sinta-se cada vez mais parte da produção da notícia, uma vez que a troca de e-mails e mensagens através

das redes sociais foi incorporada ao processo. As opiniões e vontades do leitor são reveladas através de fóruns de discussão e espaços para comentários, o que fomenta o debate público e amplia a capacidade mediadora de um portal. No caso específico do portal analisado, pôde-se constatar que as ferramentas de interatividade são disponibilizadas, mas pouco exploradas. Nas redes sociais, por exemplo, o Portal Vermelho faz basicamente uma única postagem por dia. Apenas 895 pessoas já curtiram a página do grupo no Facebook⁵ e são 289 seguidores no Twitter. Para efeito de comparação, vale dizer que a Folha possui mais de 450.000 seguidores e algo em torno de um milhão de pessoas curtindo sua página nas redes sociais citadas. Obviamente a intenção do Portal Vermelho não é bater os números dos portais tradicionais, mas isso dificulta a consolidação do mesmo enquanto tecnoator do espaço de mediação contemporâneo, pois a credibilidade da mídia tradicional continuará sendo maior enquanto os novos atores não se preocuparem com a capacitação e utilização dos recursos disponíveis.

Informação e Opinião

A objetividade jornalística, ou seja, a busca pela cobertura dos fatos de forma mais isenta possível parece ter permanecido na migração do conteúdo impresso para a mídia eletrônica. As publicações de caráter informativo permanecem superiores em quantidade em relação ao conteúdo opinativo – que se manifesta em artigos, resenhas e crônicas – pois foi com a objetividade que a imprensa conquistou a posição de principal mediadora da sociedade. No Portal Vermelho, a proporção entre conteúdos informativos e opinativos da amostragem se dá conforme o gráfico:

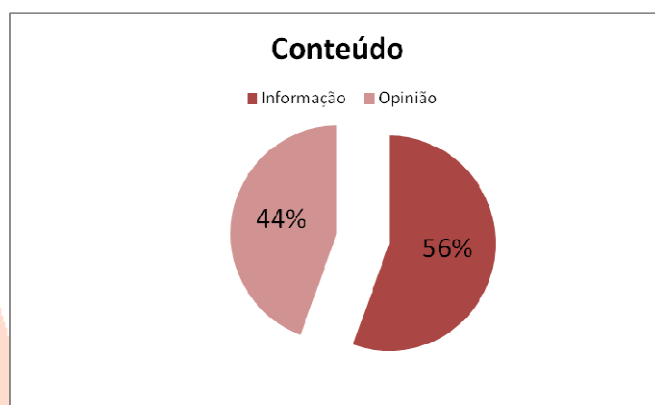


Gráfico 2 – Informação X Opinião

⁵ Dados coletados em 10 de agosto de 2012 em www.facebook.com/vermelhobrasil

Sendo o Vermelho um portal desvinculado de grandes empresas de comunicação e da imprensa que entendíamos como oficial, esse gráfico prova que o espaço é utilizado num sentido político, como instrumento de resistência e ativismo. Sua redação parece estar mais preocupada com a veiculação de artigos de opinião que critiquem o capitalismo e tratem das questões que envolvem o trabalhador, pois a interpretação do real por parte da mesma ocorre a partir do prisma da luta de classes. Isso é muito importante do ponto de vista da mediação, pois é necessário um contradiscurso da mídia tradicional e é isso que o Portal tem feito em seus conteúdos próprios.

Considerações Finais

O aparecimento de tecnoadores e a reabertura do espaço de mediação enquanto público a partir da Internet são fenômenos recentes, que certamente merecem estudos aprofundados. As possibilidades do meio técnico são inúmeras e crescem a cada dia, o que demanda certa especialização por parte dos novos atores que têm a intenção de participar do circuito de mediação e comunicação.

No caso do portal analisado, que é conveniado com um partido político, pode-se dizer que alguns aspectos necessitam de maior investimento para sua consolidação na tecnosfera, como a produção de conteúdo próprio e a atualização contínua. Na editoria de Economia, por exemplo, a maior parte das notícias publicadas não é produzida pela Redação Vermelho e a seleção de conteúdo, feita a partir de outros veículos de comunicação, evidencia que a preocupação do mesmo é fornecer aos leitores algumas notícias sobre assuntos de cunho político e prepará-los para a luta contra o capitalismo. Já em Cultura, há uma participação mais efetiva da equipe de redação, que inclusive se utiliza de outra ferramenta da internet, a multimídia, para produzir vídeos, podcasts e textos que dificilmente teriam espaço na mídia convencional, justamente por retratarem os males do capitalismo, reforçando a busca por uma identidade verdadeiramente nacional.

Sobre a capacidade mediadora do Portal Vermelho analisada a partir das informações por ele disponibilizadas, é preciso levar em conta que, na reprodução de conteúdo, as fontes são diversas e denotam uma preocupação com a pluralidade de vozes, algo indiscutivelmente importante para o espaço de mediação. Apesar da larga utilização de grandes corporações da mídia tradicional aparecem também conteúdos produzidos pela imprensa alternativa/ independente, que surgem justamente com as novas tecnologias de informação associadas aos novos cenários de liberdade de imprensa. Com isso, podemos

dizer que o Vermelho apresenta, em alguns momentos, o conteúdo daquilo que seria um contradiscurso da mídia tradicional, inserindo a contradição hegeliana na opinião pública, ao mesmo tempo em que também fornece espaço para o discurso da mídia tradicional. Nos poucos conteúdos que produz, há um viés ideológico de esquerda que atende aos desejos do grupo a que pertence, mas o portal não deixa de dialogar com a mídia tradicional, o que denota um esforço rumo a um debate público maior e, conseqüentemente, à sua transformação em um espaço de mediação.

Referências Bibliográficas

ALMEIDA, Marco Antonio. “Informação, tecnologia e mediações culturais”. Revista Perspectivas da Ciência da Informação vol.14, 2009, p.184-200.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Trad. Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 2002.

CASTELLS, M. *Sociedade em rede – A era da informação: economia, sociedade e Cultura*; v.1. 4ª Ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CORTEZ, Glauco. “As energias utópicas da mídia”. Tese de Doutorado, UNICAMP/IFHC: 2006

HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

KANDINSKY, Wassily. *Do espiritual na arte*. Trad. Álvaro Cabral e Antônio de Pádua Danesi. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

PALACIOS, Marcos. *Ruptura, continuidade e potencialização do jornalismo on-line: o lugar da memória*. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (Org.). *Modelos de jornalismo digital*. Salvador: Edições GJOL; Calandra, 2003. 233p

PORTAL VERMELHO, *Manifesto vermelho*.

http://www.vermelho.org.br/interna.php?pagina=manifesto_vermelho.htm . Acessado em 15/04/2012