

Mídias sociais: pontos de ponderação na pesquisa em Comunicação

Este ano de 2013 fez emergir, com repercussão midiática pouco vista no país, uma série de passeatas, a princípio pautadas pela temática do transporte público, que na sequência fizeram emergir diversos outros tópicos – em parte, pelo embate discursivo interno aos protestos, em decorrência da adesão de indivíduos e grupos de orientação bem distinta daqueles que primeiro ergueram os cartazes e a voz.

Sem dúvida, um dos subprodutos mais interessantes dessas marchas, que afeta e desperta interesse particularmente a nós, pesquisadores em Comunicação, foi o papel das mídias sociais na cobertura dos eventos. Já não é novidade, em nosso campo, que a geração e circulação de conteúdos na rede mundial de computadores amadureceram a ponto de ganhar uma força discursiva que rivaliza com a das mídias ora ditas como “tradicionais”. São inúmeros os websites ou redes que oferecem versões complementares ou alternativas à cobertura da imprensa, ou que cobrem assuntos que, por questões econômicas ou ideológicas, dificilmente encontrariam seu lugar nela. Pode-se falar mesmo num embate com instituições tradicionais de forma mais geral, dada a possibilidade de empreitadas como o Wikileaks de oferecer informações que antes permaneciam ocultas ao público. Ao mesmo tempo, os “conglomerados de mídia” e os braços comunicacionais de instituições buscam ocupar seu espaço na rede para que seus conteúdos também circulem – como indicado no artigo de Viviane Serfaty publicado no último número.

O ponto inédito, consolidado pela presença de dois coordenadores do projeto Mídia Ninja – Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação – no programa Roda Viva, da TV Cultura, é que grupos que em tese estariam na periferia da comunicação social brasileira de repente se puseram muito próximos ao seu centro, ao realizar transmissões ao vivo dos protestos, nas quais assumiam o ponto de vista dos manifestantes e também denunciavam a violência policial. Para além da projeção da iniciativa em entrevistas e programas de debate, o impacto das transmissões foi tamanho que passaram a também pautar a imprensa e ter seu formato de transmissão crua, em tempo real, adotado em versões adaptadas.

Mesmo na discussão que se seguiu sobre a qualidade, viabilidade e credibilidade desse modelo de comunicação, pesou menos contra os gestores do Mídia Ninja a sabatina que envolveu nomes como Eugênio Bucci e Alberto Dines do que a série de denúncias contra o Circuito Fora do Eixo redigida por artistas independentes, ex-integrantes e acadêmicos que estudaram o grupo – a polêmica já estava presente na rede há pelo menos três anos, mas tomou novo fôlego a partir da transmissão do programa Roda Viva, bastante divulgada em parte também por sua disponibilidade na rede de vídeos YouTube, e por hora parece ter perdido força sem ter chegado a um ponto conclusivo.

Diversos elementos nesses acontecimentos têm valor para a discussão e investigação em nosso campo: em primeiro lugar, uma redefinição das relações centro-periferia, em termos discursivos, a partir do momento em que o oligopólio do *gatekeeping* não só é superado como também parece buscar uma redefinição, quando o poder de persuasão dos definidores primários parece reduzido, ou ao menos igualado a saberes não-técnicos e não-especialistas; em segundo, a ascensão de grupos ditos independentes os quais produzem conteúdo textual e imagéticos: seus diferentes modelos de negócio, sua linguagem, seu discurso – e há que se compreender em que aspectos e até que ponto diferencia-se daquela produzida pela imprensa, e questionar em quais termos podem se qualificar como independentes, ou mesmo buscar uma redefinição das condições em que se pode afirmar a independência dos comunicadores. Em terceiro, a natureza da produção e consumo de conteúdos nas redes sociais, assim como da dinâmica das discussões que aparentemente se sustentam ou fenecem em virtude do quanto se mobiliza ou não a atenção e o interesse de outros receptores-debatedores – pois, como muito já se afirmou, a distinção entre emissor e receptor não mais existe, ainda que em alguns casos as respostas se deem em canais diferentes –, a apropriação adaptada, ou em citação, de conteúdos e práticas da imprensa pelas mídias sociais, e vice-versa.

Para além de questões políticas que envolveriam necessariamente a escolha de um lado, a adoção de uma das diversas “bandeiras” disponíveis, as redefinições do cenário midiático pelas novas tecnologias de comunicação e informação permitem oxigenar as pesquisas no setor, e em temáticas tangentes – há material a explorar mesmo em termos de

comunicação institucional, visto que o caráter pouco controlável das informações em mídias sociais provocou uma crise de imagem em torno do grupo em evidência.

Num cenário como esse, cabe ao pesquisador em comunicação captar e compreender a complexidade emergente das relações estabelecidas a partir das diferentes sociabilidades mediadas pelas redes sociais, especialmente as que inauguram novos usos dos aparatos tecnológicos. E essa complexidade pode revelar caminhos para a delicada tarefa de delinear o campo comunicacional.

Mateus Yuri PASSOS
Editor adjunto
Revista Comunicação Midiática