

Novos e velhos meios de comunicação na esfera pública de Habermas

Miguel Midões*

Índice

Introdução	1
1 Que público?	2
2 Espaço Público: da Polis ao século XXI	4
2.1 Meios de Comunicação na praça pública	5
3 O Jornalismo no Espaço Público	5
4 Internet e Espaço Público	7
5 Conclusão	8
Bibliografia	9

Introdução

“Este exemplo espectacular mostra que os novos media, não só facilitam a interacção dos cidadãos com os media, mas também proporcionam usos imprevisíveis dos dispositivos mediáticos, que escapam ao controlo dos responsáveis das instituições e dos corpos acreditados nos domínios da experiência”. (RODRIGUES, 2007, P.28)

Esta citação refere-se ao facto de como os meios de comunicação social, essencialmente a Internet com o recente aparecimento dos blogs, conseguiram que as auto-

ridades e o governo espanhol mudassem a sua forma de ver e encarar o atentado de Março de 2004, em Madrid. Ora, é por aqui que pretendemos agarrar a nossa premissa a desenvolver ao longo deste trabalho. De que forma, os velhos meios de comunicação (a rádio, os jornais e a televisão), bem como os novos meios (a internet, os telemóveis) permitem recuperar a ideia de esfera pública exposta e defendida por Habermas, nos anos 80. Estarão estes meios ao nível de conseguirem proporcionar a apresentação de argumentos e debate de ideias, de pessoas singulares, em prol do bem da comunidade? Tentaremos alcançar esta confirmação e fazer para isso uma breve exposição acerca das transformações da esfera pública, desde a Polis grega até aos nossos dias, passando pela ascensão da classe burguesa, nos séculos XVII/XVIII, e o surgimento da sociedade de massas, onde o público deixa de ser o mediador, abandonando este papel para os grupos privados e onde o espaço público estrutura a vida política. Há autores que defendem que, com o aparecimento da imprensa no século XIX, aparece um “palco de batalhas políticas por toda a Europa”. (SERRANO, 1998, p.5).

Estará ou não o espaço público mediado? De que maneira podem as rádios, a

*Mestrando em Comunicação Pública, Política e Intercultural na Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD).

televisão, os jornais, uma vez ligados à internet, favorecer a possibilidade do público ser mais interventivo nas decisões públicas? É natural o uso que governo e política em geral fazem dos meios de comunicação para divulgar as suas ideias e os seus princípios e o “feed-back” da população em relação a essas mesmas medidas acaba por chegar através dos “mass media”. Porque será que a mensagem anual do presidente da República chega a casa de todos os portugueses pouco depois das 20h, quando a maioria dos portugueses assiste ao telejornal?

Também com relativamente pouco tempo chegaram às rádios portuguesas os programas de “antena aberta”, que possibilitam a participação de especialistas na matéria em discussão, com a intervenção directa do auditório. A televisão é invadida com programas do formato do “Prós e Contras” da RTP, onde também o público participa na questão. Na Internet surgem “chats” e “fóruns” de discussão ligados aos mais variados temas. Estão as TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação), sem dúvida, a revolucionar a noção de esfera pública conhecida até aos dias de hoje.

1 Que público?

Adriano Duarte Rodrigues, professor de Filosofia na Universidade de Coimbra, considera que no processo comunicacional é impossível não colocar em relevância as Noções de público, de Espaço público e de Opinião Pública. Considerando que o público é um “conjunto de pessoas que, tanto para a formulação de juízos acerca da verdade, da bondade e da beleza, como para a decisão acerca da conformidade dos discursos e das acções, recusam o argumento da

autoridade e a conformidade a imperativos da tradição, procurando em seu lugar, através da crítica racional metodicamente conduzida, descobrir por si as regras da vida” (RODRIGUES,2007,p.21). Uma ideia de público que surge com a modernidade, onde este gera e impõe os valores da razão crítica, ou seja, aparece como uma instituição que procura novos fundamentos de experiência, que pretende analisar e argumentar as situações novas que se lhe deparam, que não se limita ao olhar de uma pessoa em particular, pensa em colectivo.

Segundo Rodrigues, o público assume duas concepções: a) a *adjectiva*, onde este é encarado um espaço de liberdade, como o formato da “polis”, da Grécia Antiga, onde se tomavam, em público, todas as decisões que diziam respeito à vida colectiva e onde se exerciam todos os direitos e deveres de ser cidadão. Concepção adjectiva porque era sempre utilizado para caracterizar os espaços e de determinadas pessoas que “desempenhavam funções de interesse colectivo” (RODRIGUES,2007,p.23). Esta ideia leva-nos ainda a admitir que a noção de público não se limita apenas à época moderna, está associado ao exercício da cidadania, onde há a livre discussão e o exercício da crítica, que visam o futuro/destino da colectividade; todas estas noções já características da noção de espaço público da “polis” grega.

b) o público assume também a sua concepção *substantiva*. A mesma que encontramos em D’Alembert, no século XVIII, onde o público é o conjunto de todos aqueles que decidem partir à descoberta da verdade. “O público é a instituição formada por todos aqueles que decidem utilizar a sua razão para a descoberta da verdade”, é assim que Adriano

Rodrigues caracteriza o público como substantivo.

Também para Kant, o público é o número de pessoas que faz o livre uso da razão, “que ousam pensar pela própria cabeça, libertando-se assim da dependência dos tutores” (RODRIGUES, 2007, p.23)¹. Argumentos que podemos analisar mais à frente, uma vez que são estes que regem os fóruns, livres, da internet.

Em D’Alembert, o público não aparece dissociado da imprensa escrita. O surgimento deste meio de comunicação criou um grupo de pessoas letradas e de leitores, com competência para serem e-leitores e para “decidirem livremente sobre o que dizer e que fazer nas diferentes circunstâncias da vida colectiva, sem estarem submetidos a qualquer forma de tutela” (RODRIGUES, 2007, p.24).

Defende ainda que o surgimento da imprensa possibilitou o fomento da livre discussão de ideias e confronto de opiniões. Imprensa que possibilitou ainda a criação de um público esclarecido. É, no entanto, este público, ou melhor, esta ideia de público que nos chega aos dias de hoje.

Mas, conforme o público é regulado pelas normas da livre discussão, também é o alvo de recurso para a imposição de interesses particulares e diversos. Basta que para isso pensemos na política ou na publicidade, ambas com finalidades distintas, se tenta impregnar as suas ideias no seio do público. Nos anos 30, em pleno século XX, o público aparece associado à ideia de mercado, daí o

exemplo anterior da publicidade, e encarado como uma massa, “um conjunto de indivíduos anónimos e isolados, alvos indefesos e reduzidos à condição de alvos amorfos de estímulos produzidos pelos media” (RODRIGUES, 2007, p. 25). O público surge nesta década como mera estatística.

É a sociedade de massa, estandardizada, industrializada, com o primordial fim do mercado e da economia, que transforma grande parte dos valores, até aqui remetidos à esfera privada, como públicos, numa clara ascensão de uma esfera social, defendida por Hannah Arendt. Uma ideia massificada de público que, mesmo em pleno século XX, encontra opositores como Herbert Blumer, que prefere retomar a concepção iluminista de público. Século XX que para outros vê surgir um público no plural, um público fragmentado. “Os públicos já não são, por conseguinte, o espaço de interacção entre os cidadãos que decidem debater livremente entre si acerca das questões problemáticas relevantes com vista à obtenção de consensos aceites colectivamente”, mas sim o conjunto de indivíduos que “são alvo das mensagens transmitidas pelos media e de que as sondagens procuram dar conta e medir do ponto de vista estatístico” (RODRIGUES, 2007, p.25)

Há ainda, para terminarmos esta abordagem sobre a noção de público, a necessidade de salientar a tematização deste mesmo público, mais uma vez exercida ferozmente pelos meios de comunicação social. O que debate hoje o público em plena praça pública? O que decide debater, aquilo que mais lhe despertou à atenção a sua razão, ou será simplesmente aquilo que os “media” decidiram colocar em agenda naquele mesmo instante? Mesmo os assuntos que hoje estão em discussão pública nos fóruns das rádios e das

¹ Comunicação de Adriano Rodrigues publicado no livro compilado por Edmundo Balsemão, “Espaços Públicos, Poder e Comunicação”, baseado num encontro que teve lugar na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, a 6 de Dezembro de 2005.

televisões na internet, são antecipadamente escolhidos e colocados em agenda pelos jornalistas, editores e produtores do mundo mediático, muitas vezes ou quase sempre dominado pelos grandes grupos económicos e políticos.

Uma escolha que, muitas vezes, esquece o próprio público. “Mas os estudos do agenda-setting esquecem que a selecção e o tratamento das questões por parte dos “media” não é um processo unilateral, não depende apenas da decisão dos diferentes intervenientes na gestão dos media” (RODRIGUES, 2007, P.27). O próprio público tem aqui um voto na matéria, pois os meios de comunicação nunca poderão, por exemplo, impor um tema ou uma opinião que contrarie a vontade geral.

2 Espaço Público: da Polis ao século XXI

É no século XVI, com o surgimento do capitalismo mercantil, que surge uma nova esfera pública na Europa. Bem diferente da noção adquirida até aqui na *Polis* Grega, onde os assuntos do Estado eram discutidos, por aqueles que eram livres, os cidadãos, e a *Polis* era o lugar público por excelência. Onde apenas as questões de interesse colectivo para o bem de todo um povo eram de interesse público e onde a vida pessoal de cada um estava remetida para casa, para a família, enfim para a esfera privada.

Os capitalistas passam a juntar-se num determinado espaço para discutirem entre si assuntos “relacionados com a regulação da sociedade civil e a conduta do Estado” (SERRANO, 1998, p.2). Ora, a esfera pública surge aqui, pela primeira vez, dissociada do

Estado. Aliás, surge um pouco como oposição ao Estado, pois esta estrutura acaba muitas vezes por estar aqui sujeita à crítica. Mas, tal como defendeu, mais tarde, Habermas, esta situação não deixava de ser o uso livre da razão por parte do público, composto por pessoas privadas.

No século XVII e XVIII surgem as primeiras publicações, algumas até meras reproduções do balanço comercial de uma determinada empresa, e com elas um novo espaço de debate público. Os primeiros jornais que surgiram com uma vertente mais literária e cultural, depressa assumiram uma difusão mais social e política, ao jeito daquela que conhecemos contemporaneamente. Pela primeira vez, os jornais passaram a ser objecto de informação ao qual o público passou a recorrer para se manter informado. Um público definido por Estrela Serrano como constituinte das camadas mais “cultas” e não o mero homem comum, que depois passou a tecer opinião, a criticar, a argumentar sobre a informação que lhe chegava através deste meio.

É aqui que a esfera pública, caracterizada como a detentora do poder, ou melhor, o próprio poder, assume a sua passagem para o lado do fórum das pessoas privadas que, reunidas em público, “obrigavam o poder a justificar-se perante a opinião pública” (SERRANO, 1998, p.2).

Em pleno século XIX, a esfera pública volta a sofrer nova transformação. Aqui, o Estado volta a conquistar novas funções e o sector dos serviços públicos é ampliado surgindo a esfera social, que leva a uma dependência entre o Estado e a Sociedade. Tal como nos diz Hannah Arendt, muitas das funções que antes eram exercidas pelas instituições públicas, passam a ser executadas por esta recém-nascida esfera social, e a es-

fera privada reduz-se agora à dimensão da família.

2.1 Meios de Comunicação na praça pública

Os meios de comunicação são hoje o primeiro “tribunal” ao qual recorre público, Estado e até as Instituições Públicas. Não é a primeira vez que um caso chega a público, ao conhecimento geral da população, pelos meios de comunicação, sem antes ter sido investigado e encaminhado pelas instituições públicas. Muitas vezes, perante uma situação de julgamento, os meios de comunicação chegam a ser o próprio tribunal, permitindo à população ser o “juiz” e condenar ou ilibar, antes mesmo das autoridades competentes, a pessoa ou organização em causa. Foi a esta noção de esfera pública moderna e mediaticizada que já nos habituámos. Hoje, já não são os grandes grupos de comerciantes e burgueses que se reúnem para discutir, decidir e criticar o Estado ou o Poder, mas sim toda a população de uma forma geral, com acesso aos meios de comunicação, que opina e tece comentários acerca de todos os assuntos que se prendam na ordem do dia.

Vivemos uma época em que “os media (...) levam os políticos a encontrar regras para orientar e praticar essa visibilidade, na medida em que necessitam dela, não apenas para assegurar o voto dos eleitores, mas também no exercício do poder no dia a dia, em que os processos de decisão são, cada vez mais, públicos” (SERRANO, 1998, p.3). As sociedades modernas ocidentais são democráticas e capitalistas e nelas o espaço público estrutura a vida política. Ora, sendo os “media”, nos dias de hoje, maioritariamente, o espaço público, podemos conside-

rar que são estes que estruturam a vida política? Quase. Pelo menos, temos hoje o poder e os políticos a adiar decisões para o horário nobre dos telejornais. Temos hoje o anúncio das demissões ou inclusões de novos elementos no governo nos exclusivos de um determinado jornal. Vemos que determinado indivíduo com relevância social a dar as declarações a uma rádio em exclusivo. Então, temos, pelo menos, uma nítida mistura de poderes.

Para além destas nossas ideias, Estrela Serrano acrescenta que “o espaço público é o campo da mediação de interesses e forças sociais contraditórias, mediador de relações de poder na gestão simbólica das relações sociais”. Tudo isto se pode reduzir em apenas duas palavras: comunicação social.

Aqui, o público massificado encontra, acima de tudo na televisão, uma forma de compensação para a sua inferioridade social, uma cultura de integração, embora abandone a sua função mediadora, deixando-a para os interesses privados e dos partidos. “As suas decisões individuais e colectivas são influenciadas por instâncias políticas e/ou económicas” (SERRANO, 1998, p.4).

A partir dos anos 70, o espaço público passa também a ser dominado pelo marketing e pelas relações públicas.

3 O Jornalismo no Espaço Público

A noção de esfera pública é fundamental para a compreensão da modernidade, pelo menos assim o considera José Carlos Correia, da Universidade da Beira Interior. A esfera pública moderna emancipa-se com o iluminismo, em pleno século XVIII e é caracte-

rizada pela “emergência de uma forma de racionalidade que se identificou com a emancipação em relação às explicações metafísicas e teológicas; o aparecimento de uma forma de subjectividade constituída na vivência da família restrita, da literatura e da propriedade, e que teve a sua tradução política na emergência do cidadão, isto é, do sujeito livre e racional, que participa na formação de uma opinião esclarecida” (CORREIA, 1998, p.21).

No seio do iluminismo, a esfera pública liberal desenvolveu o individualismo e a subjectividade, bem como novos mecanismos de exercício de opinião e um desejo de emancipação “que se prende directamente com a nossa maneira de estar no mundo” (IBID, p.21). Esta esfera pública que aqui é falada é constituída por pessoas privadas que aspiram a modelar o poder político, por isso esta nova noção de esfera pública traduz a emergência de uma nova classe social – a burguesia. Com esta vêm também modificações radicais nas relações sociais e políticas, pois esta nova classe vai encetar uma luta contra a dominação aristocrata e as suas ideologias. Por isso, Correia conclui que “a esfera pública liberal e o seu conceito de opinião pública, estão indissociavelmente relacionados com o desenvolvimento da modernidade racionalista e democrática”.

Nesta altura, esta esfera pública deixa o seu carácter antitético, oposto à esfera privada, como a conhecemos na polis grega e atinge um carácter universalista e crítico. De seguida, tal como vimos no capítulo anterior, surge uma esfera do poder, associada ao comércio moderno e a uma nova forma de discutir a vida pública, onde é a actividade económica que “dá azo ao aparecimento da imprensa enquanto instituição que exerce a

função de divulgar e debater informações de natureza económica publicadas pelo poder” (CORREIA, 1998, p.26).

É neste ponto que nos pretendemos centrar. Na evolução desta mesma imprensa que hoje, ligada à Internet, possibilita a troca de ideias acerca de tudo e de todos, entre todos. Antes mesmo de chegarmos à ligação em rede, necessitamos de nos centrar na industrialização da imprensa, desta forma de cultura estandardizada, dominada pelas rotinas produtivas, pelos poderes editoriais, também eles dominados pelas ideologias políticas e económicas, etc. Esta imprensa que já está bem diferente daquela que foi conhecida no iluminismo, onde existia uma proximidade entre os públicos e as publicações que “reflectiam os debates produzidos no interior desta forma de sociabilidade” (IBID, p.110). Aliás, é mesmo de salientar que quanto mais vemos aumentar a industrialização dos meios de comunicação, mais vemos diminuir a participação do público. Na sociedade de massas, tal como explica Mauro Wolf na Teoria Hipodérmica da Comunicação, o público torna-se um receptor passivo da mensagem, “elaborada de acordo com o estilo e com uma agenda de assuntos em cuja elaboração raramente participa, pelo menos de forma directa” (IBID, p.111). Os meios de comunicação de massa, caracterizados pela sua homogeneização, desvalorizam a componente crítica do público e por isso, no mundo contemporâneo, “à opinião pública falta-lhe o público atento, participativo, questionante, instado a passar do pensamento à acção” (IBID, p.111).

A agravar a ausência de discussão dos acontecimentos mediatizados na esfera pública está ainda a forma como os acontecimentos nos são apresentados. Os jornalis-

tas limitam-se a descrever as situações, na grande maioria de um jornalismo espectáculo, específico para as massas, e não dão lugar ao esclarecimento, à análise e ao confronto das razões, preferindo a sedução e o espectáculo. É neste contexto de espectáculo que entra também o político contemporâneo, que não tem como objectivo principal ser mediador racional da opinião dos cidadãos, mas sim mediador-espectáculo.

Mas, há excepções no seio deste jornalismo industrializado que nos acompanha até aos nossos dias. A internet e a possibilidade que dá à população de participação na discussão e debate de determinados assuntos que os media colocam na actualidade possibilita o reaparecimento da esfera pública, de Habermas, tão escondida que esteve com o surgimento da comunicação de massa. Uma esfera que este definia como “um fórum para a discussão política fora do espaço privado mas também fora dos círculos governamentais” (VARGUES, 2007, p.198). É hoje muito difícil encontrar um artigo publicado num sítio “on-line”, de um qualquer jornal, rádio ou televisão, que não possibilite o link “Comente este artigo”, que garante ao cidadão a possibilidade de argumentar e até de acrescentar algo de novo ao assunto apresentado pelo meio de comunicação. Depois, há ainda um sem número de “chats”, “blogs” e “fóruns” na rede, pessoais ou não, onde se podem encontrar as mais diversas opiniões acerca daquilo que em qualquer parte do mundo está a ser notícia, com comentário, críticas construtivas ou não, opiniões, etc. É nestes canais que os meios de comunicação também já começam a recolher informação que mais tarde podem vir a tratar como notícia.

É na internet que todos os dias nos sur-

gem inquiridos sobre esta ou aquela atitude de determinado partido político, que podemos comentar ou não. Esta é uma ferramenta que possibilita o renascer da esfera pública de Habermas, ou que, pelo menos, propicia o aumento da interacção dos cidadãos e da discussão de assuntos de interesse colectivo, criando uma espécie de mesa de café virtual do século XVII, onde eram discutidos os assuntos comerciais, de interesse para a recém surgida burguesia.

4 Internet e Espaço Público

Há autores como Juçara Brittes, jornalista em São Paulo, que defendem peremptoriamente a ideia de que os novos meios de comunicação, não de massa como a televisão, a rádio e os jornais, mas sim as Plataformas Comunicativas Multimediativas Ciberespaciais (PCMC) proporcionam o aparecimento da esfera pública porque retomam “a troca pública de opiniões, alimentada por uma racionalidade comunicativa” (BRITTES, 2003, p.2)

Com a internet, o cidadão passa a ser produtor e consumidor da informação e podem mesmo chegar a recolher essa informação da própria fonte e entrar em discussão de ideias com esta. Estamos perante uma sociedade de informação e já não uma sociedade de massas. Estas esferas públicas espaciais são agora espaços que levam “à troca de argumentos mediados pela comunicação em rede”. Brittes vai mais longe ao sugerir que estes novos fóruns cumprem o papel de esfera pública, pois possibilitam na rede o debate público que favorece a formação da mesma.

Esta autora no seu estudo acerca da possibilidade desta esfera surgir no ciberespaço

apresenta um conjunto de plataformas onde a argumentação e a discussão podem surgir, que “propiciam formas de interlocução favorecedoras da argumentação pública”. Formatos/plataformas que vão do jornalismo ao simples correio electrónico, passando pelas vídeo-conferências interactivas. Conclui no seu estudo que de facto o cidadão comum tem ao seu dispor um meio que lhe permite tecer uma opinião pública com maior liberdade. Contudo, considera que há ainda um longo caminho a percorrer para que o ciberespaço possa ser dado como um revitalizador da “utopia de Habermas quanto à existência de uma esfera pública autónoma”. Para Brittes está a surgir com a possibilidade da rede, dois novos fenómenos: as PCMC e as mutações no próprio jornalismo ou no modo de se fazer jornalismo. Este meio proporciona ao jornalismo, caso este queira, uma vertente mais de diálogo, e a prova disso é o surgimento daquilo a que apelida de “jornalismo colaborativo”. Ora, é este novo jornalismo associado a estas novas plataformas que vai favorecer “a construção de opiniões públicas sem constrangimento” (BRITTES, 2003, p.13). É aqui que esta esfera pública autónoma de Jurgen Habermas pode aparecer.

5 Conclusão

As transformações civilizacionais têm sido acompanhadas, nos últimos tempos, pela introdução ou transformação das TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação). Portanto, estas novas formas de jornalismo e as novas associações na internet, que estão a possibilitar repensar o conceito de esfera pública, são nem mais nem menos que a mais recente revolução a nível destas mesas TIC.

Importa dizer que ao longo dos tempos houve, pelo menos, dois grandes momentos, de conceitos diferentes de esfera pública: o primeiro ligado à antiguidade grega, estudado a fundo por Arendt, onde esta esfera aparece relacionada com a virtude cívica e, precisamente com a recuperação do ideal que está contido no espaço público grego; o segundo, está mais ligado com a modernidade e com as perspectivas de Dewey, Blumer e Habermas, onde a esfera pública aparece como uma forma emergente de sociabilidade, que aspira ao agir político. Encontramos neste ponto um domínio da vida social onde se pode formar a opinião pública. – “Uma porção de esfera pública surge sempre que é constituída uma situação conversacional, na qual se juntam pessoas privadas para formar um público”².

À imagem do século XVIII, este é o espaço onde os cidadãos se juntam livremente e têm conversas de modo aberto sobre as questões de interesse público, tal como faziam os capitalistas e burgueses conforme vimos anteriormente.

Notamos também que a dissolução da ideia de espaço público está relacionada com o aparecimento da indústria mediática e com o surgimento da comunicação de massas, onde “o público leitor que prefigurava o público político confronta-se ao longo da obra de Habermas (...) pois o raciocínio tende a converter-se em consumo e o contexto da comunicação pública dissolve-se em actos estereotipados da recepção isolada” (HABERMAS, 1982, 191)³.

A massificação das ideias e da cultura

² Citação de João Carlos Correia, da Universidade da Beira Interior, na sua comunicação acerca de: “Novo Jornalismo, CMC e Esfera Pública”.

³ Citado por João Carlos Correia, da Universidade

trouxe consigo os consumidores passivos e o abandono da opinião pública por parte da imprensa, que foi transformada em instrumento de interesses particulares, essencialmente pelos regimes totalitários que marcaram as cinco décadas iniciais do século XX em toda a Europa, sendo que na Península Ibérica se estenderam até aos anos 70. A imprensa era usada pelos regimes para propagar e difundir os seus ideais, ao jeito de propaganda política, onde o público era encarado como uma massa, sem qualquer possibilidade de resposta ou de argumentação – passividade total.

Mas, nos finais do século XX, em toda a Europa, começam a surgir dentro desta indústria mediática, novas formas de interação com o público, essencialmente através das CMC, Comunicações Mediadas por Computador, que aparecem numa “espécie de saudosismo daquilo que era a *agora* grega ou o espaço público burguês”⁴.

Os novos meios de comunicação, acima de tudo a internet, alimentam a chegada das comunidades virtuais – (são o veículo por excelência para o discurso livre e para o debate público, onde a noção de limitação geográfica foi ultrapassada, pois a comunidade virtual é composta por indivíduos de interesses comuns, normalmente assentes em laços estabelecidos à distância, sem qualquer proximidade geográfica, que caracterizava os laços estabelecidos nas comunidades ditas clássicas. As virtuais podem assumir agora um papel salvador da interação que a cultura de massa dissolvera) e do web-jornalismo – (é nesta nova forma de jorna-

da Beira Interior, na sua comunicação: “Novo Jornalismo, CMC e Esfera Pública”.

⁴ CORREIA, João Carlos, *Novo Jornalismo, CMC e Esfera Pública*, p.3.

lismo que está depositada a esperança, pois o jornalismo que surge na internet representa uma cisão com a hierarquia que configura os meios de comunicação tradicionais e permite a emergência de um modelo de muitos para muitos, deixando a centralização do emissor de informação.)

Agora, mais do que pensar que a rede possibilita, em parte, o renascer da *agora* grega, importa estudar e observar onde vai parar este novo jornalismo, que começa a ser alvo de todas as atenções e que permite uma “overdose” de notícias, pois note-se que as grandes agências internacionais já assinaram contratos com websites como o yahoo para a difusão de histórias e de notícias de última hora. Há questões que importa depois discutir noutras exposições sobre este assunto, como o desaparecimento do papel do jornalista com esta possibilidade de interação, de hipertextos e modificação de conteúdos. Onde ficará o papel e a autoria do jornalista? A autoria do seu texto será colectiva?

Contudo, é fácil afirmar que surge assim uma nova esfera pública que pode renovar a democracia do século XXI.

Bibliografia

Obras

ARENDR, Hannah, *A Condição Humana*, Relógio D’Água, Lisboa, 2001.

BRITTES, Juçara, *Internet, Jornalismo e Esfera Pública: estudo sobre o processo informativo do ciberespaço na formação de opinião*, São Paulo, 2003 (Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação – Escola de Comunicação e Artes, USP).

CORREIA, João Carlos, *Jornalismo e Espaço Público*, Estudos de Comunicação da Universidade da Beira Interior, Covilhã, 1998.

PIRES, Edmundo Balsemão, *Espaços Públicos, Poder e Comunicação*, Edições Afrontamento, Porto, 2007.

Comunicações

CORDEIRO, Paula, *Rádio e Internet: novas perspectivas para um velho meio*, II Congresso Ibérico de Comunicação na Covilhã, Abril de 2004.

CORREIA, João Carlos, *Novo Jornalismo, CMC e Esfera Pública*, Universidade da Beira Interior, (s/d).

RODRIGUES, Adriano Duarte, *As novas configurações do público*, Colóquio sobre Espaço Público, organizado pela Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, 6 de Dezembro de 2005.

SERRANO, Estrela, *O espaço público e o papel do Estado na sociedade global da informação*, Escola Superior de Comunicação Social, Instituto Politécnico de Lisboa, 1998.

VARGUES, Isabel Nobre, *Espaço público e História da Comunicação Contemporânea: os casos Dreyfus, Guerra dos Mundos e Watergate*, Universidade de Coimbra, Dezembro de 2005.