

Recensão crítica: Trappel, J., Meier, W. A., d'Haenens, L.
& Steemers, J. & Thomass, B. (eds.) (2011) *Media in
Europe Today*. Bristol: Intellect.

Mariana Lameiras & Helena Sousa

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, Portugal¹

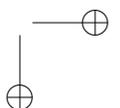
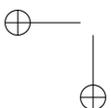
E-mail: marianalameiras2@gmail.com, helena@ics.uminho.pt

“MEDIA IN EUROPE TODAY” é um livro editado pelo EuroMedia Research Group, uma rede constituída por investigadores provenientes de cerca de vinte países europeus que trabalham na área da comunicação e dos *media*, tendo em comum interesses pela investigação no campo das políticas mediáticas e das alterações no campo dos *media*. Esta obra, decorrente do esforço conjunto e de vários encontros do grupo, surge como reacção a uma série de mudanças que se adivinhavam nos anos 80 e visa traçar um panorama geral sobre o estado dos meios de comunicação pela Europa, tendo em conta distintos eixos de abordagem que formam uma conjuntura coesa e complementar.

Contando com uma introdução de Denis McQuail, autor de grandes obras como “Teoria da Comunicação de Massas”, editado inúmeras vezes,

1. Este artigo foi desenvolvido no âmbito do projecto de investigação intitulado “A Regulação dos Media em Portugal: O Caso da ERC” (PTDC/CCI-COM104634/2008), financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT).

o livro está dividido em duas partes fundamentais, que por sua vez se subdividem em capítulos dedicados a temas mais específicos para os quais contribuíram membros do grupo. É no prefácio que os coordenadores do EuroMedia Research Group, Josef Trappel e Werner Meier, contextualizam a preparação do livro, no qual salientam a independência desta rede de investigadores científicos que dura há 25 anos. Procedendo à análise do “estado da ‘política dos *media*’ iniciado pelo EuroMedia desde o começo dos anos 80” (p. 14), é assumidamente um livro destinado a estudantes e estudiosos com interesse na investigação da comunicação e dos *media*. Ao longo de 264 páginas, podemos encontrar contributos de 19 investigadores que fazem parte da rede, sendo cada capítulo dotado de uma certa autonomia e coerência individuais que,



no seu conjunto, olham a Europa de um prisma que tem em conta toda uma série de transformações tecnológicas, políticas e económicas mas dão, também, conta de uma Europa globalmente considerada.

Na primeira parte de “Media in Europe Today”, podemos encontrar retratos particulares sobre determinados meios de comunicação, enquanto que, na segunda, se nota um maior distanciamento do caso concreto para a análise de temáticas mais abrangentes, nomeadamente a da propriedade mediática, da relação entre a democracia e os *media*, a da (in)definição de uma esfera pública europeia, a da regulação do sector e a *media governance* e a dos desafios colocados às indústrias mediáticas. Cada secção do livro apresenta, portanto, variados dados empíricos e eixos de enfoque bastante distintos. Contudo, há preocupações transversais: a da problematização dos temas à escala europeia e a do recuo histórico para assinalar os principais desenvolvimentos do tema ao qual é dedicado cada capítulo. Deste modo, os primeiros 5 capítulos (Capítulos II a VI, excluía a introdução), visam dar conta das principais transformações estruturais nos *media*, em particular na imprensa, na rádio, na televisão comercial e nos *media online*. É de destacar, porém, que o Capítulo II figura

como um capítulo prévio, mais genérico, no qual Barbara Thomass e Hans J. Kleinsteuber fazem um mapeamento dos estudos comparativos nas últimas décadas e dão conta dos principais trabalhos desenvolvidos na área bem como da investigação sobre os modelos de sistemas mediáticos desenvolvidos ao longo do tempo. É antes de entrar na particularidade de cada meio que se procura dar conta do *rationale*, do que está por detrás da investigação comparativa dos sistemas mediáticos, peculiarmente na cena europeia. Como os próprios autores salientam, esta não é tarefa fácil e requer um “conhecimento profundo de muitos detalhes dos países analisados” (p. 33). Inúmeras variáveis devem ser tidas em conta num trabalho desta índole, entre as quais podemos realçar a dimensão do próprio Estado, que implica uma investigação aprofundada de modo a que se tenha em consideração o papel dos Estados pequenos na tomada de decisão nas esferas supra-nacional ou internacional, cuja importância é exaltada por Puppis *et al.* (2009: 105).

No que diz respeito à imprensa e à rádio, é de assinalar, por um lado, a necessidade de os jornais se reposicionarem no mercado mediático, devido aos avanços do digital, à migração da publicidade para os novos *media* e às ameaças da propriedade

estrangeira. Por outro lado, a rádio como “um meio resiliente”, como indica o título do Capítulo IV, viu também o seu posicionamento alterado pelas mudanças tecnológicas e as mesmas preocupações relativas ao seu futuro, tal como o dos jornais, se colocam, embora se admita a sua centralidade enquanto meio na Europa (p. 75). As páginas dedicadas à televisão comercial, escritas por Laura Bergés Saura e Gunn Sara Enli, reuam na História para apresentar os principais traços caracterizadores do meio e a sua evolução até aos dias de hoje, esclarecendo que as últimas três décadas dos sistemas televisivos europeus são marcadas pelo fim de dois monopólios: “primeiro, o fim dos monopólios do serviço público de televisão, que eram comuns em quase todos os países europeus; e segundo, pelo fim do monopólio da televisão como a única janela audiovisual das casas para o mundo com a introdução de novos serviços audiovisuais digitais” (p. 94). Fazendo um mapeamento dos pequenos, médios e grandes mercados televisivos europeus, os autores destacam que a grande questão é a de interrogar se, uma vez que em 2010 não lidamos com escassez de oferta no mercado televisivo europeu, estamos consequentemente a lidar com maior diversidade (p. 81). Os *media* online, sob o impulso do

digital e das novas tecnologias, constituem uma das principais causas das alterações verificadas nos panoramas nacionais mediáticos. Servem, portanto, de remate na última secção desta parte do livro, com notas sobre as mudanças, nas duas últimas décadas, no “estatuto e no valor comercial das notícias” (p. 99), sobre a produção de conteúdo por parte dos cidadãos/utilizadores bem como sobre os novos negócios em torno do *online* e a respectiva (des)regulação do meio e sobre o padrão, encontrado em muitos países europeus, de “liderança das companhias mediáticas dominantes” (p. 101).

Na segunda parte do livro contam-se 8 Capítulos (VII a XIV), os quais se centram em temas diversificados colocados sob a égide do contexto europeu e reflectem sobre os temas da esfera pública, da democracia, da regulação dos *media*, da propriedade mediática, do serviço público de radiodifusão, das mudanças no jornalismo e das minorias étnicas. O último capítulo, intitulado “A Europa como líder mundial de notícias”, encerra o livro com um panorama histórico do continente enquanto objecto de notícias internacionais desde 1830 até aos anos 2000, estabelecendo um paralelismo comparativo com o universo americano e argumentando que a liderança nas notícias tem alternado

entre os dois, com prevalência da Europa desde 1990.

Nas páginas que Barbara Thomass dedica aos “Défices e Potenciais das esferas públicas” ao nível europeu, são apontados como requisitos para a constituição de uma esfera pública europeia elementos como os da “democratização dos processos políticos, de modo a que a identificação dos cidadãos com a Europa através do interesse e da participação seja possível” e da cobertura mediática desses mesmos processos (p. 121). Segundo a autora, esta esfera tem sido dominada por uma elite da qual fazem parte grupos de interesse, de políticos e especialistas, de jornalistas e de representantes da sociedade civil, uma vez que, embora haja potencial nos *media* electrónicos para a participação, tal não significa que haja acesso e uso efectivos e não é, também, consensual que este espaço europeu comum seja um requisito ou um derivado da própria democracia (p. 121-123). A justificação passa ainda, aliás, pelo argumento de que o declínio do serviço público pela Europa pode ter contribuído para uma fragilidade da constituição de um espaço público europeu, na medida em que “os serviços públi-

cos podem ser mais facilmente associados com o processo de Europeização da esfera pública do que os *media* comerciais” porque “têm que satisfazer certas necessidades sociais e culturais que existem para além dos interesses do consumidor” (p. 128).

A relação entre os *media* e a democracia, questão central em todo o livro, é afunilada nas páginas seguintes, escritas por Hannu Nieminen e Josef Trappel. Não sem antes proceder, à semelhança dos outros contributos, a um apontamento histórico sobre o eixo meios de comunicação/democracia, “Media Serving Democracy” é um capítulo no qual se vê reforçado o papel dos *media* enquanto garante de princípios e valores democráticos:

“Os *media* e a democracia dificilmente podem ser separados. Há ligações intrínsecas de um ao outro. Os *media* necessitam de liberdade suficiente para prosseguir o que é garantido pelas regras democráticas. A democracia, por seu turno, requer *media* activos e que prestam contas² para o seu bom funcionamento” (p. 137).

Os autores debruçam-se sobre o tema fazendo ligações do mesmo com dimensões distintas, nomeadamente os sistemas políticos, a economia e a

2. No original, a palavra escrita é “accountable”, cujo substantivo, *accountability*, normalmente se traduz para a língua portuguesa por ‘prestação de contas’.

cultura, sustentando, no final, que os *media* não são capazes de manter o equilíbrio entre três forças fundamentais: o estado, a economia e a sociedade civil. Para tal, é necessária a sua prestação de contas ao público. A par disso, há também uma função de prestação de contas de quem detém o poder face aos *media* (aliada à tradicional função de cão de guarda), que, tal como o dever de informar, de constituir uma plataforma de discussão e de espelhar a diversidade de vozes, constitui uma das características que torna os *media* centrais para o aparelho democrático (Trappel & Meier, 2011: 7; Trappel & Maniglio, 2009: 169-170) e que são operacionalizadas no projecto “Media for Democracy Monitor – MDM”, desenvolvido à escala internacional comparativa.

O tópico da *media governance*, comumente traduzido por governança dos *media*³, é introduzido por Werner A. Meier e serve como excelente ponto de ligação com as páginas anteriores. Objecto de estudo muito frequente nos últimos anos entre os investigadores das Ciências Sociais, esta noção reflecte de forma muito positiva um ideal de nação que convida, horizontalmente, uma multipli-

cidade de actores e de vozes no desenvolvimento das políticas públicas, desempenhando os *media*, neste âmbito, um papel de fulcral importância. De acordo com Meier (p. 159), *media governance* refere-se à “soma total de mecanismos, centralizados e dispersos, que procuram organizar os sistemas mediáticos de acordo com a resolução dos debates da política dos *media*”. Aquilo que, para alguns, é a insuficiência da regulação estatutária dos *media* (Puppis, 2008), está na base da teorização da *media governance*. Outros falam ainda de descentralização da regulação para incluir neste processo, em cooperação, agentes intervenientes, difusamente dispersos na sociedade (Black, 2002). Neste sentido, as notas conclusivas de Meier (pp. 164-165) são bastante positivas e frutíferas na medida em que condensam um conjunto de conselhos ou de boas práticas no futuro, as quais podem ser resumidas 1) na adopção de códigos de auto-regulação por parte dos próprios órgãos de comunicação social, 2) na adopção de diversos conselhos nos quais pudesse haver interacção entre a sociedade civil e os *media*, e 3) na manutenção do Estado enquanto interveniente neste processo como promotor de acordos

3. Por não encontrarmos, no enquadramento português, palavra que corresponda, na sua essência, ao significado deste conceito, optamos por utilizar o termo anglo-saxónico *media governance*.

entre as partes envolvidas e como incentivador da adopção dos referidos códigos. Ora, como salientam Van Cuilenburg & McQuail (2003: 183): “Historicamente, o Estado tem sido visto como o principal inimigo da liberdade de expressão individual, enquanto ao mesmo tempo se tem tornado, através de constituições e sistemas jurídicos, o garante efectivo da liberdade em aspectos importantes”.

A democracia é um dos pilares essenciais nesta segunda parte do livro bem como os *media* digitais *online*, dado que servem de mote para a reflexão da propriedade mediática, para as mudanças introduzidas na profissão dos jornalistas e para a redefinição das políticas de inclusão das minorias étnicas na Europa. De facto, os *media online* revolucionaram a cena mediática ao introduzirem alterações consideráveis na propriedade e, por outro lado, ao abrirem fronteiras entre os países, embora aqui se identifiquem níveis distintos de envolvimento internacional: “na imprensa e na rádio, ainda dominam as dimensões nacional e regional, em contraste com a televisão e a Internet, que estão mais globalizadas, quer em termos de propriedade, quer na finalidade das suas actividades” (p. 181). Também o jornalismo enquanto profissão se viu reconfigurado e enfrenta uma fase de constante (re)aprendizagem,

devendo ser objecto de atenta análise dada a sua importância para a democracia (pp. 221-230). Também ao nível da regulação dos *media* podemos encontrar eco de mudanças veiculadas pelo fenómeno da digitalização. Embora não tenha sido dedicado um capítulo ao papel da regulação do sector em cenário de convergência, este é um dos eixos mais importantes na paisagem mediática da actualidade e carece de estudo aprofundado.

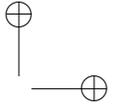
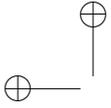
O papel dos *media* é ainda realçado pelo seu carácter representativo, sendo precisamente neste sentido que Leen d’Haenens e Tristan Mattelart advogam que “se os *media* podem ser veículos para representações dominantes homogêneas escondendo a diversidade cultural” (p. 237), devem ainda espelhar essa mesma diversidade. Para tal, rematam, devem ser conduzidos esforços para a definição de políticas que sejam capazes de incentivar os *media* à interculturalidade bem como para a implementação de um “serviço de televisão multicultural dialógico”, com especial enfoque para o serviço público (p. 247). O mesmo se coloca no capítulo dedicado ao serviço público, no qual Leen d’Haenens, Helena Sousa e Olof Hultén questionam se ainda será possível concretizar este projecto de “serviço de *media* universal e compreensivo, que reflecta a diversidade cultural da

Europa e com independência face ao Estado e ao mercado”, apontando a próxima década como o tempo decisivo para tal (p. 214).

“Media in Europe Today” procede a um retrato extremamente importante do sector mediático na actualidade, tendo como especial vantagem a contextualização histórica e a postura crítica face às mudanças das últimas décadas. A multiplicidade de reflexões espelhada nos contributos dos membros do EuroMedia Research Group é de extrema riqueza e deixa transparecer uma consensualidade quanto ao posicionamento perante questões fundamentais como a do serviço público, a da *media governance*, a da democracia e a da multiculturalidade, não só nos contextos nacionais, como também europeu. No entanto, aquela que é a maior riqueza constitui, também, a fragilidade, na medida em que dificulta a leitura pela dispersão de entendimentos que, embora congruentes, se espalham pelas páginas do livro com trilhos metodológicos e enfoques de análise bastante distintos.

Referências bibliográficas

- BLACK, Julia, *Critical Reflections on Regulation*, Londres, Centre for Analysis of Risk and Regulation at the London School of Economics and Political Science, 2002.
- PUPPIS, Manuel, *National Media Regulation in the Era of Free Trade: The Role of Global Media Governance*, *European Journal of Communication*, 2008, 23(4): 405-424.
- PUPPIS, Manuel, D’HAENENS, Leen, STEINMAURER, Thomas & KÜNZLER, Matthias, *The European and Global Dimension: Taking Small Media Systems Research to the Next Level*, *International Communication Gazette*, 2009, 71(1-2): 105-112.
- TRAPPEL, Josef & MANIGLIO, Tanja, *On media monitoring – the Media for Democracy Monitor (MDM)*, *Communications*, 2009, 34: 169-201.
- TRAPPEL, Josef & MEIER, Werner. A., *Can Media Monitoring Support Democracy*, in TRAPPEL, Josef & MEIER, Werner A. (eds.) *On media monitoring: the media and their contribution to democracy*, Nova Iorque, Peter Lang Publishing, 2011, pp. 7-11.
- VAN CUILENBURG, Jan & MCQUAIL, Denis, *Media Policy Paradigm Shifts: Towards a New*



Communications Policy Paradigm, European Journal of Communication, 2003, 18: 181-207.

