

Pioneirismo e inovação digital: uma entrevista com Beth Saad

Alvaro Leme¹

Resumo

Referência nos assuntos relacionados a comunicação e ambiências digitais, a professora titular sênior da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) Elizabeth Nicolau Saad Corrêa analisa nesta conversa alguns conceitos centrais de seu pensamento científico — centralidade, resiliência e transversalidade da comunicação — à luz de acontecimentos contemporâneos como a pandemia de coronavírus e de questões como a relação entre mercado e academia. Descreve, ainda, o trabalho desenvolvido pelo projeto Safety Matters, iniciativa norueguesa que envolve pesquisadores do Brasil, da África do Sul e dos Estados Unidos para discutir problemas relacionados ao exercício da atividade jornalística nestes países e ao redor do mundo.

Palavras-chave: ambiências digitais, comunicação, jornalismo

Pioneering spirit and digital innovation: an interview with Beth Saad

Abstract

TA reference in matters related to communication and digital environments, senior professor at the School of Communications and Arts of the University of São Paulo (ECA-USP) Elizabeth Nicolau Saad Corrêa analyzes in this conversation some central concepts of her scientific thought — centrality, resilience and transversality of communication — in light of contemporary events such as the coronavirus pandemic and issues such as the relationship between corporations and academia. She also describes the work developed by the Safety Matters project, a Norwegian initiative that involves researchers from Brazil, South Africa and the United States to discuss problems related to journalistic activity in these countries as well as and around the world.

¹ Alvaro Leme é mestrando do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM), da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (Eca-USP), na linha de pesquisa Processos comunicacionais: tecnologias, produção e consumos. E-mail: alleme@gmail.com

Keywords: communication, digital ambiences, journalism.

Introdução

Quando deu início a sua tese de doutoramento, na década de 1990, Elizabeth Nicolau Saad Corrêa ouviu uma série de questionamentos a respeito do tema que misturava jornalismo, gestão e tecnologia – opção híbrida que era atípica e rara na época. “Tudo isso na mesma tese?” e “produtos informativos distribuídos por meios eletrônicos?” foram algumas das frases que se lembra de ter ouvido. O tempo mostrou que ela tinha razão em apostar na mistura. E, conforme o mundo se digitalizou, tornou-se mais e mais evidente que sua escolha pioneira tinha um quê de visionária.

Beth, como também é conhecida, consolidou-se como referência nos assuntos relacionados a comunicação e ambiências digitais, seja no jornalismo ou nas organizações, ambos atualmente acompanhados e estudados por seus orientandos de especialização, mestrado e doutorado – ela formou mais de 130 pesquisadores ao longo de sua carreira. É professora titular sênior da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), coordena o grupo de pesquisa COM+, além de atuar como consultora para corporações envolvidas com transformação digital. Também desenvolve treinamentos para profissionais e empresas envolvidos na área.

Autora do livro *Estratégias 2.0 para a Mídia Digital* e organizadora de *Curadoria Digital e o Campo da Comunicação*, ela lançou em 2020 com seu grupo de pesquisa *Caminhos da Comunicação: Tendências e Reflexões Sobre o Digital*, no qual volta a abordar três elementos que considera fundamentais para se compreender a área em nossos tempos: centralidade, resiliência e transversalidade, todos abordados num artigo dela em 2015 e na conversa das páginas a seguir. Na entrevista, conta também sobre o projeto Safety Matters, financiado pelo Norwegian Research Council – desde 2018, ela é professora visitante na Oslo Metropolitan University. Além de noruegueses e brasileiros, a iniciativa envolve pesquisadores dos Estados Unidos e da África do Sul e reflete sobre as questões de segurança, gênero e violência no exercício do jornalismo. “A nossa proposta é colocar isso em discussão tanto no nível da graduação e da pós quanto com jornalistas já em atividade. Colocar esse tema ainda na boca de todo o mundo”, afirma a pensadora.

Alvaro Leme (AL): Você costuma dizer em seus artigos, palestras e nas suas redes que não existe comunicação hoje que não seja digital. Por quê?

Beth Saad (BS): Hoje todos os processos de comunicação, quando a gente pensa na forma de produzir e distribuir conteúdo, dificilmente se dão fora de algum suporte digitalizado. Se alguém vai redigir uma reportagem, não recorrerá às máquinas de escrever, por exemplo. Só o fato de ocorrer essa migração para suportes digitais já configura uma transformação no processo. Além disso, a estrutura técnica se tornou muito mais fluida. Todas as tecnologias – sejam de relacionamento, distribuição, produção – facilitam enormemente qualquer proposta de comunicação que se queira fazer. Você tem a possibilidade de falar com seus interlocutores de forma muito mais fácil, rápida e clara por meio dessa infraestrutura que se estabeleceu. Por isso que eu digo que toda comunicação hoje é digital. Tudo passa por algum tipo de ação de zeros e uns. Então acho complicado, conceitualmente falando, separar “isso aqui é analógico”, “isso aqui é digital”. Pode haver suportes analógicos como revistas, jornais e radinho de pilha, mas eles existem porque há um processo digital por trás.

3

AL: Centralidade, transversalidade e resiliência aparecem num artigo seu de 2015 como componentes fundamentais da comunicação na sociedade contemporânea. Que impactos a pandemia teve sobre eles?

BS: A centralidade se demonstrou mais central do que nunca. A pandemia concentrou nas telas os processos todos de sociabilidade. O público percebeu de maneira enfática que, apesar de sua vida ter parado no mundo analógico, continuou no digital. Fico pensando como teria sido caso o coronavírus tivesse se espalhado 20 ou 25 anos atrás. De que maneira se daria esse processo social sem o digital como propulsor das atividades analógicas? Mesmo o que tem desdobramentos concretos, como uma entrega de comida, não só se manteve, como cresceu porque foi alavancado pelos aplicativos. Já a resiliência aparece como consequência, na medida em que ocorreu uma adaptação muito rápida. Porque, para mim, o que é resiliência? É você se adequar a um movimento existente, social, técnico, sem negar suas características originais. Acho até que esse processo ultrapassou um pouco o movimento do resiliente, que tem uma característica de flexibilidade. Que estica e depois volta. Tenho dúvida se a gente vai retornar ao estado anterior. Com relação à transversalidade, ela ocorre devido a todos os sistemas que estão aí presentes. Mas acho que quem ganhou muito com essa lógica do transversal, ou seja, da integração de processos e dados, não fomos nós, consumidores finais. Acho que quem ganhou mais fortemente foram as grandes corporações, especialmente as grandes plataformas, as Big Five [*Apple, Amazon, Alphabet, Meta e Microsoft*]. Que acentuaram e reforçaram essa

interoperabilidade alegando justamente que era a única forma de todos conversarem cada vez mais num espaço que deixava de ser analógico.

AL: A COVID-19 marcou de maneira indelével os últimos dois anos, em incontáveis níveis e esferas. Acha possível falar de uma aproximação entre a comunicação e a biologia como desdobramento da exposição maciça e midiática ao tema?

BS: Essa aproximação com a biologia já estava em curso desde que a internet foi ficando mais forte. Conforme as plataformas de redes sociais se consolidavam, fomos absorvendo a ideia de sistemas interconectados. Quando se fala em um sistema da mídia também. Ou mesmo ao abordar propagabilidade, viralização... Tem muita proximidade, sim. O que é interessante, e talvez a gente ainda ouça falar mais em uma biologia da comunicação. Diria, de maneira nada formal, que se a mudança está acontecendo mesmo, talvez a gente esteja criando um novo DNA da comunicação em sociedade.

AL: No livro *Caminhos da Comunicação* (SAAD, 2020), você fala sobre uma assincronia de ritmos entre o ambiente acadêmico e as mudanças externas. E comenta que isso se exacerbou ao longo das três últimas décadas. Como a pesquisa científica pode dar conta de uma sociedade cada vez mais dinâmica e acelerada?

BS: Vamos separar um pouco os campos científicos. Uma coisa é você pegar as ciências mais duras – tanto a biologia quanto a matemática, a física – que andam sempre muito junto com a evolução da técnica. Difícilmente você vai ter algum tipo de inovação, por mínima que seja, que não tenha saído de algum experimento científico laboratorial. E esta acontece ou numa universidade ou em centros de pesquisa e desenvolvimento, seja de empresas ou governos, mas está plantada nessa lógica científica. Quando você vai para o mundo das ciências humanas, vamos falar que a gente não tem laboratórios exatamente. Então, pensar na inovação andando junto com o que está acontecendo na prática, na inovação social, comunicacional... Ela já começa a andar um pouco mais lentamente do que se fosse nos outros campos científicos. Porque é também do DNA do campo das ciências humanas você primeiro olhar o texto, o sistema funcionando para depois promover alterações ou adequações, para depois ser resiliente. Nesse sentido, anda mais lento, mas cada vez menos lento, porque senão você não consegue falar com o seu público. Está chegando num ponto que se você, em termos do campo das Ciências Sociais e Ciências Humanas, não buscar formas de aproximação rápida com o seu público, você vai perder essas pessoas para alguém. Há hoje uma sincronia maior, em vez da assíncrona de antes. Mas não é igual às ciências duras.

AL: O COM+, grupo de pesquisa liderado por você, tem como um de seus lemas combinar “o pulso do mercado, com a mão na academia”. Você sente mais abertura de ambos os lados? De o mercado buscar mais a academia e esta, por sua vez, ser mais receptiva?

BS: Sim. Acho que até por causa dessa necessidade de maior sincronia. Eu diria que, cada vez mais, a academia tem uma participação melhor no que a gente chama aí de mundo corporativo. Aquele ranço que existia há alguns anos, do tipo “ah, eu não vou falar com você porque você é muito acadêmico” ou “você é acadêmico, não sabe o que está acontecendo no mercado”, eu acho que tem se reduzido. E a iniciativa, por incrível que pareça, tem partido do mercado, não da academia. Porque se percebe que partes da academia têm produzido pensamentos, conteúdos e especialmente soluções que são típicas da necessidade do mercado. Quando ocorrem aproximações, eu diria que são bem frutíferas. A IBM estabelece boas relações. A Microsoft também. Ou seja, são empresas da área mais *hard*, mas que perceberam a necessidade da introdução de uma visão humanista no seu trabalho científico. São atitudes como chamar para palestras, para acompanhar desenvolvimento de produtos, de alguma inovação ou aplicativo, palpitar. E, quando falo da academia, me refiro à nossa área de Ciências da Comunicação. Essas empresas sabem que precisam estar junto aos públicos para poder sobreviver. E percebem que a participação de um lado mais humanista vai facilitar a relação com o consumidor. Agora me veio à cabeça outro exemplo: as iniciativas de *fact-checking* no campo do jornalismo. Todas elas – seja a Agência Pública, o Estadão Verifica ou o Projeto Comprova – integraram fortemente a questão da academia na sua concepção e na avaliação de resultados. Sempre têm um pitaco acadêmico no processo.

AL: No artigo *Reflexões sobre ontologias jornalísticas no contexto de desinformação e crises sistêmicas*, você fala que “o jornalismo de qualidade necessita de processos mais complexos que aquele já consolidado de verificação redacional”. Aqui, mais uma vez, a questão da demanda por velocidade da informação parece ser um complicador. Dá para complexificar um cenário em que existe cobrança justamente por simplificação? Em que, como diz Han (2017), “mais comunicação significa mais capital”?

BS: É complicado porque o ritmo do *fact-checking* e o da redação são diferentes. O que uma redação faz quando chega uma pauta? Vai entrevistar quem precisa ser ouvido, averiguar os fatos e relatar o acontecimento. E faz parte da obrigação do jornalista consultar fontes outras para verificar a veracidade, a precisão daquilo. Sempre em função do que

está ali na hora, do que vai ser publicado. É o procedimento padrão das redações. Quando você fala em checagem *fact-checking*, há um período de verificação muito maior. Ou seja, para você avaliar se uma notícia é falsa ou verdadeira, isso não vai acontecer antes da publicação. O processo de checagem é lento. Dentro dos padrões de *fact-checking* hoje existentes, ele não consegue fazer isso para sair na mesma edição. Até porque se fosse sair na mesma edição, então é melhor o jornal ou a revista não publicar. Se é falso, eu não publico. Então o que acontece ainda, e acho que isso vai acontecer fortemente, é que se a gente pensar no streaming diário, no ciclo de notícias como o temos hoje, a checagem de fatos não acompanha.

AL: Pois é, mas daí é uma conta que não fecha nunca. Porque a notícia falsa ou errada já se espalhou – e elas normalmente se disseminam de maneira muito mais acelerada e intensa que a correção.

BS: Não fecha a conta, e talvez um caminho para aproximar os dois pedaços seja, quando ocorrer a falsidade, a constatação da falsidade comprovada e tudo mais, a própria mídia ter um processo mais forte de divulgação da mesma. Hoje a gente ainda tem um buraco nessa conversa. Fica lá, meio restrito à terceira página do jornal. Tem um pedaço aí que ainda não está bem calibrado. Talvez a Agência Pública consiga ter uma divulgação mais efetiva, por ser mais autônoma. Mas ainda falta esse timing. É uma pena.

AL: Muitos pesquisadores sofrem com a volatilidade do mundo digital sobretudo no que diz respeito aos objetos de pesquisa, que podem deixar de existir ou mudar radicalmente durante o tempo em que a pessoa executa um mestrado ou doutorado. Que conselhos que você costuma dar aos seus orientandos em casos assim?

BS: Resiliência! Principalmente. Porque, ao pesquisar no campo digital, a chance de a sua intenção mudar é imensa. Imensa. A gente tem um tempo de desenvolvimento da pesquisa que é mais lento do que o que está acontecendo no dia a dia. Por isso não vejo nenhum problema em mudar o seu projeto de pesquisa ou mesmo de objeto, conforme observa o ambiente e percebe que aquilo está tomando outra cara. O que você precisa ter, enquanto pesquisador – e também com as boas graças do orientador, claro –, é saber como calibrar a sua atividade. Ou seja, você não está se desviando. Você não vai ignorar o seu objeto, mas vai fazer algum tipo de ajuste para deixá-lo mais próximo das mudanças. Agora, tem uma coisa que é real. Não tem como contornar isso: mesmo você fazendo todo esse ajuste, correndo com a pesquisa, sempre vai estar atrasada. Porque são tempos diferentes. Quanto mais próxima dos acontecimentos, melhor. Ao mesmo tempo, o pesquisador precisa ter em mente que, mesmo com essas mudanças, está contribuindo para uma construção

do conhecimento. Não está jogando fora tudo aquilo que organizou, correlacionou com o campo e com o seu objeto, não. Está criando uma estrutura de pensamento que está ali registrada, e que pode ser aplicada em eventos similares sem problema algum.

AL: Você acha que é importante também, em casos assim, ter um movimento *back to basics*? No sentido de que, se a pessoa domina um ferramental teórico, consegue se adaptar mais facilmente a essas alterações.

BS: Mesmo com essa aceleração toda que a gente vive no digital, e portanto, que os objetos vão mudando, as condições vão mudando, tem uma coisa que eu aprendi ao longo do tempo: os clássicos são eternos. Eles conseguem olhar para o campo da comunicação como um todo, de um modo justamente resiliente e transversal. Ou seja, lá atrás, quando as tecnologias eram muito mais segmentadas, eles já tinham essa visão de que você tinha que se adaptar. Eu tenho aquela clareza do que são as bases do campo, e preciso usá-las para me adaptar às inovações. Claro, precisa também trazer autores recentes, mas aqueles fundamentais que são ensinados nas disciplinas de Teoria da Comunicação precisam estar muito vivos e bem assimilados.

AL: E, a rigor, eles também estavam falando de um mundo em transformação em suas respectivas décadas e séculos. Só que menos acelerada e que, para a gente, parece mais fácil devido à distância temporal.

BS: Imagine a repercussão que McLuhan teve quando ele falou da televisão como Aldeia Global. Que que é isso? Até porque a tevê naquele momento, lá no início dos anos 1960, entrava aos poucos na vida das pessoas. Então, como assim esse cara chega e fala agora todo o mundo pode ver tevê ao mesmo tempo? É igual. O impacto em cima do processo é igual, mas o que ele falou tem muita lógica até hoje.

AL: Falando um pouco sobre plataformas, a gente teve primeiro os 140 caracteres do Twitter. As features do Facebook. A efemeridade do Snapchat e dos Stories. Hoje o ritmo frenético do TikTok. Como o jornalismo e a Comunicação Organizacional podem fazer uso dessas plataformas no que diz respeito ao conteúdo?

BS: O Han usa no livro dele *A Salvação do Belo* uma citação do Edward Burke onde ele diz que hoje, em tempos atuais, a gente está muito propenso a só prestar atenção no que ele chama de estética do liso. Acho que esse liso não está muito bem traduzido. Entendo como a estética do que está na superfície, do *flat*. Ou seja, todas essas novas plataformas são

cada vez mais movimentadas, muito calcadas no movimento audiovisual, todas têm uma proposta de comunicação de rapidez. Portanto, para você gerar conteúdo muito rápido que não seja *flat*, que não seja de superfície, você tem que fazer um esforço criativo bastante grande. Justamente pensando um pouco nisso, por fim resolvi frequentar o TikTok, depois de muita resistência. Tenho seguido alguns meios de conteúdo jornalístico que estão começando a pensar o que é oferecer informação num vídeo curtinho. Então, pensando em jornalismo você precisa ter uma enorme concisão. Clareza, concisão e criatividade. Se aparecer um fulano lá lendo a notícia como já vi no TikTok, não serve para grande coisa em termos de busca do público jovem. A BBC, por exemplo, tem uma produção criativa muito interessante. Eles fazem quase que uma espécie de esquete humorístico em cima de algum acontecimento real. Como se fosse uma historinha mesmo, com cenário, pessoas. Por outro lado, vejo as marcas de consumo, infelizmente reproduzindo o que já fizeram em outras redes sociais, que é fazer uma propaganda quase que tradicional ou chamar uma influenciadora que faz a cena de mostrar o produto ou fazer recebidos. Uma lógica da publicidade tradicional. Para entrar nessa *vibe* da aceleração, vai ser preciso parar para pensar. Isso exige o quê? Mudança de cultura e investimento em equipe.

8

AL: Pode dividir aqui algumas das discussões mais interessantes que têm ocorrido no projeto Safety Matters?

BS: Como o nome já indica, as discussões giram em torno de aspectos variados da segurança. Quando falamos disso, é bom entender que são conceitos mais amplos. Não é apenas agressão contra o jornalista que foi tocar uma pauta, mas todo o processo social, emocional e tecnológico que afeta a atividade da imprensa. Ainda não é um assunto muito desenvolvido no Brasil, tanto que não temos uma disciplina a respeito, nem na graduação nem na pós. No projeto abordamos três vertentes que mudam a cada ano – ao todo, é um projeto de cinco anos. As atuais são trauma, gênero e segurança digital propriamente dita. Sobre trauma: aborda desde o repórter que vai à Avenida Paulista cobrir uma manifestação e apanha de bolsonaristas ao trauma emocional e psicológico que as empresas jornalísticas precisam considerar quando mandam um jornalista a campo – e que podem resultar em ameaças a ele ou seus familiares. Você pega a *[jornalista da Folha de S. Paulo]* Patrícia Campos Mello. Ela sofreu trauma e muitas vezes ainda vem sofrendo. A segunda vertente é a de violências de gênero. E aí a gente coloca todos os gêneros possíveis hoje, além de homem e mulher. Aqui entram também questões relacionadas à identidade sexual e minorias. A gente tenta trabalhar não só com a possibilidade de assédio, da pressão que o profissional sofre num ambiente de redação que pode ser uma discriminação, pode ser o chefe ou editor não dar matéria para uma jornalista mulher porque ela não correspondeu aos anseios outros dele. Você pega alguém homossexual que acaba não ganhando um

cargo dentro da redação. Quando essa pessoa vai para a rua a trabalho, esse processo de assédios múltiplos pode se multiplicar. E depois a terceira vertente é a efetiva segurança digital de dados. E, aí sim, é uma questão de pensar não apenas numa segurança da estrutura técnica de uma redação. Estamos falando de hardware e software, formas de comunicação por dispositivos móveis. Enfim, tem toda uma proteção formal desses dispositivos, mas também segurança na forma em que o jornalista faz uso deles para, por exemplo, gravar uma entrevista, mandar um e-mail. Tem todo um conjunto de procedimentos para criar, por exemplo, identidades paralelas para não ser detectado. Nessa edição agora de outubro, tivemos um dia inteiro de treinamento com um especialista que trabalha numa empresa de segurança e que olha mais para a questão da segurança quando o jornalista vai a campo, especialmente em ambientes de conflito. A gente teve simulações ali de ficar muito assustada, e eu sei que aqui no Brasil isso tudo aí está passando ao largo. Ali teve simulação de você passar por um interrogatório de um sequestrador. Como é que você dissimula respostas quando você está no cativeiro? Como é que você passa num controle de fronteira sem dar a entender que você é jornalista. O que é que você faz com seus equipamentos? Realmente foi uma coisa muito pesada de acompanhar. A nossa proposta é colocar isso em discussão tanto no nível da graduação e da pós quanto com jornalistas já em atividade, colocar esse tema ainda na boca de todo o mundo.

9

AL: Que autores está lendo no momento e recomendaria?

BS: Tem o Yuk Hui, do *Tecnodiversidade*. Acho que é uma vertente interessante que se abre, a dos filósofos da tecnologia. Aí a gente tem ele e o Byung-Cul Han. Algumas coisas, veja só, do Christian Dunker, da Psicologia da USP, que tem trabalhado muito forte com estas relações que estão surgindo nesse cenário todo de nova sociabilidade. A [Jose] Van Dijck e o [Nick] Couldry também. Procuo sempre os papers que eles publicam. Aqui no Brasil, comprei no pré-lançamento mais um livro do grupo de pesquisa do Sérgio Amadeu, que está falando sobre colonialismo de dados. Por fim, tem outro enorme conjunto de autores que são esses recentes que andam publicando nos principais *journals* da nossa área: *New Media & Society*, *Digital Journalism*, *Journalism Studies*, *Journalism Practice* e *Communication Studies*. Ali você vai ver uma coisa interessante: a quantidade de nórdicos e asiáticos. Então se a gente for se perguntar: está rolando inovação na área que a gente precisa acompanhar? Sim, com esse recorte de duas realidades que são razoavelmente distantes da nossa, mas que devido a essa universalidade de conceitos você consegue adaptar bem.

Referências

CASSIANO, João F., SILVEIRA, Sergio A, SOUZA, Joyce (orgs.). **Colonialismo de dados**: como opera a trincheira algorítmica na guerra neoliberal. São Paulo: Editora Autonomia Literária, 2021

HAN, Byung-Chul. **No enxame**. Petrópolis: Vozes, 2017

_____. **A salvação do belo**. Petrópolis: Vozes, 2019

HUK, Yui. **Tecnodiversidade**. São Paulo: Ubu Editora, 2020

SAAD, Beth. **Estratégias para a mídia digital**: internet, informação e comunicação. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.

_____. (org.). **Curadoria digital e o campo da comunicação**. São Paulo: Editora Eca-USP, 2012

_____. Centralidade, transversalidade e resiliência: reflexões sobre as três condições da contemporaneidade digital e a epistemologia da comunicação. *In*: XIV Congresso Internacional IBERCOM, 2015, São Paulo. **Anais...** Universidade de São Paulo, 2015, [s.p.]. Disponível em: <http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/biblioteca/acervo/producao-academica/002736076.pdf>. Acesso em: 03 dez. 2021.

_____. (org.). **Caminhos da comunicação**: tendências e reflexões sobre o digital. Curitiba: Appris, 2020.

_____. Reflexões sobre ontologias jornalísticas no contexto de desinformação e crises sistêmicas. **Fronteiras - Estudos Midiáticos**, São Leopoldo, v.23, n.2, p. 58-72, maio/agosto. 2021. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/22583/60748719>. Acesso em: 03 dez. 2021.

Submissão: 18 de nov. 2021.

Aceite: 06 de dez. 2021.