

IV Forum de Ética UMinho - **Ética no Campus: Cidadania e Dignidade Pessoal** 7 de julho de 2017, CP2, B2

[Comunicação]

Título: Dignidade humana e comunicação: Paradoxos e desafios em ambiente digital

Helena Sousa, Instituto de Ciências Sociais

Gostaria de começar por agradecer o convite que me foi dirigido pelo Prof. Chainho Pereira para participar neste debate.

Saudação calorosa a todos os presentes. Agradeço a vossa presença, a vontade de refletirmos coletivamente sobre a ética, a cidadania, a dignidade humana. A Universidade precisa destes momentos...

Estamos aqui porque nos preocupamos com o bem comum, que é a **razão de ser da ética**. Queremos melhorar o local onde trabalhamos, onde convivemos, onde refletimos em conjunto e onde nos desenvolvemos enquanto pessoas e membros de uma comunidade.

O Código de Conduta Ética da nossa Universidade fala-nos de **compromisso ético**, compromisso este que deve ser assumido, diz-nos o Código, **individualmente** e como **corpo**.

Este Código é, portanto, de **todos e para todos**, todos os que habitam os campi. É um código para estudantes, de todos os ciclos, para docentes e investigadores, para funcionários administrativos e técnicos. É um código para a nossa **comunidade**, para a nossa academia.

São efetivamente os **valores** que estruturam as relações pessoais e as relações laborais. E o nosso Código de Conduta é claro: fala-nos dos

princípios éticos da justiça e equidade, do respeito pela dignidade humana, da transparência e da integridade académica.

Na tentativa de **concretização dos valores**, através de **deveres e atitudes**, o Código fala-nos do respeito pela **igualdade de oportunidades**, fala da **condenação de atitudes discriminatórias dentro dos campi ou fora deles, por razões culturais, de género, raça e étnica, de nacionalidade ou de orientações políticas, ideológicas, religiosas ou sexuais**.

Fala também do respeito e do cumprimento dos direitos das **pessoas com necessidades especiais**.

O Código de Ética fala de muito mais. É mais pormenorizado. Mas, no quadro desta apresentação, vou centrar-me nestas dimensões porque se relacionam, de modo direto, com a **construção do olhar**, com o modo como aprendemos a ver **o outro** e como agimos na **relação com o outro**.

O modo como 'lemos' o outro, o modo como lemos a diferença não é fruto do acaso. Resulta de processos longos de interação, de comunicação contínua sobre os outros e com os outros.

É possível construir olhares mais informados, mais complexos, mais densos, promovendo relações mais salutares e gratificantes entre os membros da nossa comunidade?

Sim, é possível. Como? Comunicando melhor.

Ora, não há comunicação sem valores e **é com a comunicação que construímos o mundo no qual vivemos e no qual viverão as próximas gerações**.

A comunicação é um **processo** através do qual se constroem formas simbólicas que trazem a realidade à experiência humana.

Comunicar é criar símbolos, sentidos, realidades discursivas que exprimem a nossa **realidade, seja esta interior ou exterior**. É o modo como apreendemos o mundo e o dizemos.

Portanto, o discurso que diz a ‘realidade’ é **real e gera consequências**.

E é também real no mundo analógico e no mundo virtual. O mundo (online e offline) vai-se construindo com o que é dito, com narrativas, com conteúdos.

Lemos o mundo a partir dos discursos, a partir da multiplicidade de vozes. E é por isso que uma **comunicação ética constrói comunidades** e uma **comunicação não ética destrói comunidades**.

Quando digo destrói, incluo aqui o sentido literal da palavra: refiro-me à promoção ativa de conflitos, guerras e tensões através da palavra e do silenciamento de visões divergentes.

(...)

Hoje, sempre que se fala dos *media*, das redes sociais, do mundo digital há um fervilhar de **medos e distopias** como se estivéssemos condenados a viver num lugar onde a informação é composta por ‘fake news’, onde o cyberbullying e o cyberstalking são práticas correntes...um mundo onde as crianças estão entregues aos predadores sexuais via periféricos móveis, os educadores não percebem os nativos digitais... Há quem tema que o mundo das redes acentue o racismo, a xenofobia, o sexismo, a homofobia e o terrorismo...

Também temos, é claro, os entusiastas para quem a internet e as redes sociais são essencialmente libertadoras e geradoras de níveis até agora impensáveis de acesso à cultura e ao conhecimento, de participação democrática e de realização pessoal.

Não faltam, aliás, os gurus que olham para este ‘novo mundo’ como o lugar de todas as oportunidades e de todas as possibilidades.

Há medos e entusiasmos para todos os gostos.

Mas o nosso lugar é o da reflexão crítica sobre a realidade social e sobre a qual há conhecimento sólido e útil.

O compromisso ético exige **compreensão** do mundo, **reflexão** sobre o conhecimento consolidado e **ação** fundada nos valores humanistas que coletivamente defendemos e que queremos promover.

Por isso, não tenho uma visão utópica ou distópica da comunicação e do seu potencial para o bem comum. Vejo riscos e vejo desafios. Sei que há muito conhecimento...e muito desconhecimento.

A comunicação **tecnologicamente mediada** é historicamente a que mais **promete** a que mais **assusta**. A comunicação interpessoal gerou sempre menos receios...

Durante décadas, habituamo-nos a pensar a comunicação tecnologicamente mediada em função dos seus suportes técnicos e das mensagens que eram produzidos especialmente para cada um destes meios e difundida através de tecnologias específicas.

Os jornais eram feitos por profissionais da escrita, impressos em papel e difundidos nos quiosques ou por subscrição. A rádio era palavra e música. Os profissionais do som encarregavam-se da informação e do

entretenimento. Chegava por ondas eletromagnéticas às nossas casas, locais de trabalho, carros...a rádio era escutada através de um equipamento recetor também chamado 'radio'.

Com a televisão, emergiu um novo conjunto de profissões (algumas vinham já do cinema que era uma industria já forte quando aparece a televisão). A televisão exigia competências sonoras e audiovisuais, desenvolveu uma linguagem própria, popularizou as suas mensagens que, uma vez mais, eram recebidos e em recetores próprios e específicos para a função: a televisão servia...para ver televisão.

Lembram-se desse tempo? Não é este.

Esta já não é a nossa realidade hoje, embora os meios clássicos coexistam neste 'novo mundo'. A **convergência tecnológica** é uma realidade nas sociedades mais desenvolvidas e os meios clássicos estão hoje integrados nas plataformas **transmedia** e **transetoriais**.

Com a internet e com as redes sociais, generalizou-se o acesso aos **conteúdos a qualquer hora e a partir de qualquer lugar**. Crianças, jovens, adultos e idosos desenvolveram novos modos de relacionamento com os equipamentos móveis e com os conteúdos informativos e de entretenimento sempre disponíveis.

Novos usos, novas práticas, novos modos de relacionamento social. Vive-se ligado, em permanente conexão, em estado de fluxo informativo e de entretenimento.

Inevitavelmente estamos a falar de novos riscos, novos desafios éticos e também de novas possibilidades.

A **personalização da comunicação** ou, se preferirem, a massificação da comunicação **personalizada** (de um para todos, de todos para todos, de todos para um, etc.) parece-me especialmente relevante para refletirmos sobre o compromisso ético no seio das nossas comunidades.

Quem diz o quê? A quem e com que objetivos? O que oferecem os consumidores que são também produtores (os 'prosumers')? Que conteúdos trazem? O que recebem? O que fazem com a visibilidade e com o reconhecimento que adquirem?

Sim, há desafios novos. Como se **garante e promove um quadro de compromisso ético num atual contexto comunicativo em que as barreiras se esbatem** e os modelos tradicionais já não se ajustam?

Como produzir discursos que promovam os valores que defendemos nesta nova avalanche comunicacional? Como gerir a atenção? Como decodificar os conteúdos? Que literacias estamos a promover?

(...)

Esbatem-se as barreiras entre os conteúdos com **autoria** e os conteúdos **anónimos**, esbatem-se as barreiras entre os conteúdos produzidos por profissionais e conteúdos **amadores**, esbatem-se as barreiras entre a informação **jornalística** e a informação **comercial**, esbatem-se as barreiras entre a esfera pública, a esfera **privada** e a esfera da **intimidade**...etc. Há uma enorme fluidez e vulnerabilidade.

Por isso, importa assumir a defesa e a promoção da dignidade humana, na sua plenitude. Na sua defesa, não podemos ignorar o papel desempenhado pelos estados de direito e os seus sistemas jurídicos. Não

deixamos de ter leis. E não há uma lei para o mundo 'real' e outra para o mundo 'virtual'. Os conteúdos no **mundo digital são tão reais** como os conteúdos 'offline'. E o que é crime na rede é crime fora da rede.

A internet não escapa à legislação sobre a privacidade ou ao bom nome, entre muitos outros direitos que conferem uma dimensão concreta à dignidade humana.

Sendo fundamentais as questões da **proteção** e da defesa dos direitos, parece-me especialmente importante, no quadro da reflexão ética, a noção da **promoção** da dignidade humana, da criação de melhores condições para o **(re)conhecimento** dos outros nas suas **diferenças** e nas suas **semelhanças**.

Importa **potenciar** o desenvolvimento pessoal de cada um e de cada uma. Importa valorizar as liberdades fundamentais e capacitar para a expressão.

Precisamos de comunicar bem a diferença para que seja valorizada por todos. Quando digo comunicar bem é ser atuante e participativo na pluralidade de espaços e de plataformas (digitais ou não) nas quais podemos promover a inclusão.

Mas podemos e devemos ir mais longe (ou mais perto) dando especial atenção à comunicação no **quotidiano** e em **co-presença (tantas vezes desvalorizada)**.

O compromisso ético exige mais do que a transmissão de mensagens positivas sobre a diferença, a diversidade e o pluralismo.

O compromisso ético de que fala o Código de Conduta da Universidade, tal como o interpreto, exige uma comunicação centrada no quotidiano, na partilha e na participação.

Numa palavra, a comunicação tem que construir comunidades de sentido porque é no processo de **co-criação**, é quando criamos em conjunto, que **a realidade se define e o modo como se apresenta a realidade transforma as relações**.

Podemos, por isso, ir mais longe, no modo como ativamente promovemos a diversidade interna, o pluralismo e a diversidade. Uma Universidade é feita de pessoas concretas e não se deve promover essa diversidade apenas com grandes ou grandes projetos. É preciso reforçar a atenção e valorizar pequenos grandes projetos e ideias.

O Código de Conduta é também exigente na forma como discutimos os assuntos que a todos dizem respeito. O compromisso ético exige um maior esforço de participação e acompanhamento nos processos de tomada de decisão. Os membros da comunidade precisam de ser envolvidos na tomada de decisão e na implementação de medidas, sempre que relevante para o seu desempenho e para as suas vidas.

Se não houver uma comunicação ética, verdadeira e inclusiva, a universidade será um corpo estranho onde habitam indivíduos sem alma e sem sentido de pertença.

Ser comunidade exige a inclusão e a promoção incansável da diferença.

Este é um caminho que precisa de ser percorrido por todos nós.

Muito obrigada pela vossa atenção.