

Bagabaga Studios: da inovação dos Media e do papel da Universidade

Paulo Nuno Vicente¹
pnvicente@gmail.com

Página | 57

Palavras-chave: inovação, media digitais, narrativa

I - Das sociedades transbordantes à necessidade de criação de sentido

Vivemos um tempo de sobrelotação e de paralisia. Nunca como hoje terá sido tão diariamente abundante a partilha mediatizada de ideias e objetos. Habitam-nos centenas de estímulos audiovisuais, fragmentos digitalizados de mundo e de visões pessoais, mais ou menos coesos, mais ou menos verificados, mais ou menos relacionáveis com um referente “real”.

Nesta sociedade transbordante, descrita por Henri-Pierre Jeudy², não são já apenas os “discursos políticos e jornalísticos que se esforçam por conjurar toda a falha, toda a impressão de vazio ou de irreabilidade na interpretação dos acontecimentos” (p. 130). A eles se juntam, com acesso direto e em multiplicados dispositivos e plataformas, as expressivas vozes dos que, até há pouco, eram tidos como “as massas”, historicamente deserdadas dos meios de comunicação que lhes permitiriam narrar a sua História.

Vimo-lo, com frequência, durante a denominada “Primavera Árabe”. Vemo-lo, assim procuremos ver, desde Março de 2011, na Síria. Somos capazes de decifrar como seria hoje distinta a escrita de uma História em direto se, entre Abril e Julho de 1994, durante o genocídio, proliferassem no Ruanda os telemóveis ligados às redes digitais mundiais?

Hoje, vemos permanentemente testados os limites da nossa (in)credulidade. O campo da imagem sobre o “real” encontra-se particularmente em estado gasoso, simultaneamente enriquecido pela profusão de olhares publicados e vulnerabilizado

¹ Bagabaga Studios, Fundador e Presidente da Direção
Universidade Nova de Lisboa, Professor Auxiliar

² “A Sociedade Transbordante”, Henri-Pierre Jeudy, Edições Século XX, 1995.

pela indistinção no propósito do *clíc*: *fotografia* ou *disparo*? *Documento* ou *souvenir*?
Preservar ou *exibir*?

O campo jornalístico, parte do campo mais geral da narração não-ficcional, atravessa uma particular tensão entre *desestruturação* e *reestruturação*: quer dos seus valores fundamentais, por via de uma crise de confiança pública, quer, talvez mais explicitamente, da sua base material, por via de uma mutação de ADN: a conversão de átomos em bits – a digitalização das nossas vidas.

O *computador ligado à Rede* é, por excelência, o totem da *sociedade da informação*; o jornalismo, um dos seus avatares. Como podemos criar e fazer prosperar um jornalismo adaptado às novas sociedades complexas?

Este pequeno ensaio implica o jornalismo contemporâneo no mais vasto ecossistema da comunicação das sociedades transbordantes, de que é simultaneamente princípio e fim, causa e consequência. Propõe-se que o jornalismo atravessa e alimenta hoje, dentro e fora das fronteiras do ofício, uma generalizada crise de legitimidade e de confiança. O mesmo é dizer que o jornalismo, se tivermos por referência o que a palavra tem vindo a significar ao longo do último meio século, atravessa uma expressiva metamorfose da sua cultura, i.e. dos seus valores, crenças, atitudes, práticas e artefactos.

II - Bagabaga Studios: *storytelling*, inovação social, interdisciplinaridade

O momento inaugural do que viriam a ser os Bagabaga Studios teve expressão digital: um e-mail, a 21 de Dezembro de 2012, enviado por mim a um grupo de pessoas, de várias latitudes e proveniências, que intuía de antemão estarem potencialmente alinhadas com as inquietações que me levavam a escrever.

As inquietações eram (aparentemente) simples: a superficialidade e o modo formulaico do jornalismo industrial – por mim amplamente conhecidos, depois de nove anos como jornalista da RTP-Antena 1 – a ausência de uma organização “chapéu-de-chuva” com vocação interdisciplinar e internacional, cruzando múltiplos campos, capaz de ser uma solução para o isolamento e as “jaulas eletrónicas” dos “*freelancers*”, capaz de permitir autonomia económica e independência autoral.

Do grupo de fundadores desta utopia não-escapista, hoje conhecida como Bagabaga Studios, fizeram parte jornalistas, documentaristas, produtores e realizadores audiovisuais, designers, ilustradores, programadores, antropólogos, gestores de projetos em cooperação e desenvolvimento.

Os Bagabaga Studios haveriam de nascer, oficialmente, em conservatória a 4 de Junho de 2013, dedicados estatutariamente à “produção, formação, investigação e inovação social multidisciplinar em media digitais, procurando novas formas de ação, reflexão e consciencialização em rede sobre uma cidadania global, independente e sustentável”.

O primeiro projeto: Mundo Mouraria³, um web documentário produzido para a Trienal de Arquitetura de Lisboa, cruzando palavras-chave – crise, comida, território – e uma mão cheia de interrogações: o que significa habitar? Como dialogam espaço e soluções para a vida contemporânea? Respostas são dadas por Joaquim, Leader, Miloca, Nina, Rita e Salvino.

Hoje, quase dois anos depois, os Bagabaga Studios iniciam um período de consolidação em que, a par de projetos para parceiros e/ou clientes, desenvolvem a sua própria publicação editorial: Divergente, um meio digital apostado na tradução do mundo contemporâneo e em revitalizar a investigação própria, privilegiando formatos narrativos multimédia, contextuais e produzidos por uma equipa multidisciplinar.

III - O ensino do jornalismo e o papel da Universidade

O percurso dos Bagabaga Studios e, em partular, da Divergente insere-se num contexto de mutação internacional. De outras geografias surgem indícios inequívocos de que o serviço público prestado pelo jornalismo se encontra em migração para o exterior das redações convencionais: o Prémio Pulitzer para Reportagem de Investigação foi, em 2014, atribuído a uma série de reportagens produzidas e publicadas pelo Centro de Integridade Pública, uma organização não-lucrativa fundada em 1989 com a missão de “servir a democracia revelando abusos de poder, corrupção e traição

³ <http://www.mundomouraria.com/>

da confiança pública por poderosas instituições públicas e privadas, utilizando as ferramentas do jornalismo de investigação”⁴.

No campo da comunicação, os anos vindouros serão de aprofundamento e de expansão das diferenças entre átomos e bits. A imparável digitalização no jornalismo e o seu desenvolvimento em redes de expansão mundial necessita que humanistas de fronteira – a experiência profissional associada ao conhecimento académico e científico – sejam capazes de criar em conjunto, conscientes da interdependência entre cultura e técnica e abraçando a desafiante genética de transformação dos media.

Por via da base (i)material inerente à técnica, o mundo transfigura-se por “fora” e esse “fora” implica que homens e mulheres contemporâneos se transfigurem por “dentro”. A digitalização não prescinde da nossa capacidade de organizar o caos natural do “real”. Talvez necessitemos de algo a que não chamemos já “jornalismo”, mas que dele preserve o sentido de missão e as suas melhores práticas, i.e. o seu serviço público narrativo.

A Universidade tem aí um papel fundamental. Desde logo, através de um ensino do jornalismo (re) centrado na proposta e na viabilização de soluções para problemas do nosso tempo e do tempo futuro. Isso não se confunde com criar mão-de-obra qualificada barata para as indústrias e mercados existentes, antes dessumir-se como espaço de experimentação, de procura de soluções efetivas, sem medo do erro informado.

Nos *curricula*, é crucial uma base cultural humanística – as artes e as línguas – mas nunca a desligando ou opondo ao desenvolvimento de um pensamento tecnológico e de uma expressão digital, sobre ela fazendo germinar a contemporaneidade.

Os anos recentes trouxeram uma sobrecarga pejorativa ao termo “empreendedorismo”. Libertemo-nos da “nova ignorância”. O fundamental está na atitude de quem, por iniciativa própria, realiza ações ou idealiza novos métodos com o objetivo de desenvolver e dinamizar serviços, produtos ou quaisquer catividades de organização e administração. Sim, nestes termos, precisamos de empreendedores – no jornalismo e na universidade. Porque não *start-ups* de serviço público?

⁴ <http://www.publicintegrity.org/>