OS IMPACTOS DA DESTERRITORIALIZAÇÃO DO CONSUMO DE MÍDIA E NOTÍCIAS NA FORMAÇÃO DA OPINIÃO PÚBLICA E NA DEFINIÇÃO DA AGENDA PÚBLICA DO ALTO VALE DO ITAJAÍ/SC

Dinâmicas Socioeconômicas Regionais

RESUMO

Os meios de comunicação social tradicionais eram, até recentemente, os principais circuladores da informação pública. Entretanto, o advento das novas Tecnologias da Informação e Comunicação e das Redes Sociais Virtuais acelerou o processo de desterritorialização do consumo de mídia, redefinindo a maneira como as pessoas consomem informações e constroem suas opiniões. Dessa forma, este trabalho tem como objetivo geral investigar os impactos da desterritorialização do consumo de mídia na formação da opinião pública e na definição da agenda pública na região do Alto Vale do Itajaí, em Santa Catarina. A hipótese é que, no momento em que se desterritorializa o consumo da mídia e das notícias, ocorre um processo de deslocalização da agenda e da opinião pública, o que incide sobre a pauta do desenvolvimento regional.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Do ponto de vista da sua natureza, trata-se de uma pesquisa básica (teórica), quali-quantitativa no que diz respeito à abordagem do problema, e exploratória-descritiva quanto à realização dos objetivos. Como procedimentos para a coleta de dados, será realizada a pesquisa bibliográfica e bibliométrica para constituição do marco teórico, aplicação de questionário para identificar os padrões de consumo de mídia no Alto Vale do Itajaí, pesquisa documental e entrevistas para entender o processo de desterritorialização da mídia no Alto Vale do Itajaí, e grupo focal para compreender a formação da agenda pública na região.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Com base em uma abordagem que combina conceitos da comunicação, da geografia e estudos regionais, esta pesquisa visa contribuir para a compreensão dos efeitos da desterritorialização do consumo de mídia na esfera pública do Alto Vale do Itajaí. Os resultados obtidos terão importância tanto acadêmica quanto prática, fornecendo dados e reflexões valiosas para profissionais de mídia, formuladores de políticas e demais atores envolvidos no desenvolvimento regional.

Nas últimas décadas houve uma revolução no campo da comunicação, impulsionada pelas Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC´s) e pelas Redes Sociais Virtuais (RSV´s). Vivemos o que Castells (2022, p. 12) chama de sociedade em rede, em que o novo sistema de comunicação "transforma radicalmente o espaço e o tempo, as dimensões fundamentais da vida humana. Localidades ficam despojadas de seu sentido cultural, histórico e geográfico e reintegram-se em redes funcionais ou em colagens de imagens, ocasionando um espaço de fluxos que substitui o espaço de lugares" (Castells, 2022, p. 458).

Nesse novo sistema de comunicação - caracterizado pelo alcance global, integração de todos os meios de comunicação e geração de uma virtualidade real (Castells, 2022) -, já não é preciso estar próximo fisicamente para manter relações e é possível compartilhar informações de forma instantânea e simultânea com milhões de pessoas quase em qualquer parte do mundo (Staloch; Reis, 2015, p.32). Concretiza-se o que o teórico da comunicação McLuhan vislumbrou no início dos anos 1960, em que "a nova interdependência eletrônica cria o mundo à imagem de uma aldeia global". E nesse mundo globalizado e interconectado, há um intenso processo de desterritorialização da produção e consumo de mídia e notícias, ultrapassando as fronteiras geográficas e redefinindo a maneira como as pessoas consomem informações e constroem suas opiniões.

Diante de tal quadro, torna-se importante compreender o impacto da desterritorialização do consumo de mídia na formação da opinião pública e na definição da agenda pública em relação ao desenvolvimento das pequenas regiões, para se ter uma visão mais aprofundada de como se dão as dinâmicas econômicas, sociais e políticas locais, dentro de um mundo globalizado.

Sendo assim, o objetivo geral desta pesquisa é investigar os impactos da desterritorialização do consumo de mídia e de notícias na formação da opinião pública e na definição da agenda pública do Alto Vale do Itajaí, região do interior do estado de Santa Catarina. Para alcançar esse objetivo, serão analisadas as mudanças nos padrões de consumo de mídia na região, considerando o surgimento de novas plataformas e a diversificação das fontes de informação disponíveis.

Buscar-se-á compreender como tem se dado o processo de desterritorialização da mídia na região e será examinado o papel dos meios de comunicação tradicionais e das RSV´s na moldagem da opinião pública sobre questões relacionadas ao desenvolvimento regional no Alto Vale do Itajaí. Será analisado como esses meios apresentam e discutem os desafios e oportunidades do desenvolvimento regional, influenciando a percepção e o engajamento do público local.

A definição da agenda pública também será investigada, levando em consideração os temas e as prioridades discutidos na esfera pública do Alto Vale do Itajaí em relação ao desenvolvimento regional. Serão examinados os debates e as narrativas mediadas pelos meios de comunicação, assim como a influência dessas discussões na tomada de decisões e na formulação de políticas públicas na região, verificando-se em que medida a Teoria do Agendamento ainda pode ser usada para explicar os efeitos sociais dos meios de comunicação.

RELAÇÃO COM A SESSÃO TEMÁTICA

Os meios de comunicação tradicionais bem como as RSV´s se inserem dentro das Dinâmicas Socioeconômicas Regionais como importantes agentes nos processos sociais locais. Eles influenciam o acesso à informação, a disseminação do conhecimento, a opinião pública, o engajamento da comunidade, a promoção do turismo e negócios, bem como a formação da identidade regional. Dessa forma, compreender as mudanças que estão ocorrendo na forma como as pessoas produzem, consomem e socializam informações é importante para compreender o desenvolvimento socioeconômico de uma determinada região.

REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 24ª edição. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2022.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2007.

STALOCH, Rubens; REIS, Clóvis. **A mediação das relações sociais nas redes sociais virtuais**: do ciberespaço ao ciberterritório. Estudos em Comunicação nº 20, 31-52, dezembro de 2015.