

OPINIÃO PÚBLICA E IMPRENSA EM TEMPOS DE CRISE

Rogério Pacheco Jordão¹

RESUMO

O artigo discute as transformações impulsionadas pela internet nos últimos 30 anos no campo do jornalismo e seus impactos na formação da opinião pública. Faz uma reflexão sobre imprensa, democracia e cidadania à luz da contemporaneidade. Sugere que, em termos do universo da comunicação, partimos da utopia de uma sociedade horizontalizada em rede para a distopia da vigilância. Questiona, finalmente, como o fazer jornalístico e seu ensino nas universidades pode inserir-se neste contexto.

Palavras-chave: *cidadania; pós-verdade; jornalismo; opinião pública*

Refletir sobre imprensa, democracia e cidadania nos tempos atuais, desafio colocado no contexto da XIII Semana da Cultura Religiosa da PUC-Rio, em setembro de 2022, é uma oportunidade para pensar uma série de questões que giram em torno à formação da opinião pública no século XXI. Um convite para olhar de forma transversal para diversas problemáticas, como a tão propalada crise das democracias – tema de inúmeros livros e artigos acadêmicos nos últimos anos –, a revolução da internet e das redes sociais que impactou profundamente o jornalismo a partir do final do século XX e, finalmente, as possibilidades de uma cidadania que nas últimas três décadas trafegaram da utopia de uma sociedade horizontal para a distopia da vigilância do algoritmo. E nestas encruzilhadas, qual seria o lugar, se não propriamente da imprensa e das empresas de comunicação, mas do fazer jornalístico e seu impacto na opinião pública?

Nos anos 1990 o advento e popularização da internet, daquilo que o sociólogo Manuel Castells chamou de ‘sociedade em rede’ (Castells,1999), representou do ponto de vista da cidadania uma promessa de mais democracia e poder cidadão. Teríamos, parecia naquele tempo, acesso ilimitado à informação, embalados por novos tipos de organização social horizontalizadas. Que o indivíduo, ele também ‘globalizado’, teria uma força de comunicação, associação e intervenção ao alcance de um simples clique. Com a internet, vale dizer de modo mais geral com as tecnologias de informação, tudo se transformaria, e de fato se transformou. Para a imprensa e o jornalismo com especial intensidade. Como se sabe, e de forma sumária, alterou-se a dinâmica entre produtores e consumidores de informação, sendo que os antigos

¹ Jornalista, consultor de comunicação e docente, doutor em Literatura, Cultura e Contemporaneidade pela PUC-Rio. É autor do livro Crime (quase) Perfeito – Corrupção e Lavagem de Dinheiro no Brasil (Ed. Fundação Perseu Abramo).

consumidores (ou receptores) passaram a ser, eles também, produtores (emissores) cada vez mais assíduos de informação, constituindo todo um novo ecossistema de comunicação (Anderson et al, 2013).

Das potencialidades democratizantes da sociedade em rede dos anos 1990/2000 – quando despontaram iniciativas como, por exemplo, o Fórum Social Mundial, um encontro de cidadania planetária cujo lema, não por acaso, era ‘outro mundo é possível’ – a internet, na verdade, as redes sociais, passaram hoje a significar algo bem diferente. Não parece exagero afirmar que, no universo da informação, da utopia democratizante se passou, em menos de três décadas, para a distopia do controle. O cidadão (indivíduo) que produziria, consumiria e disporia da informação com uma autonomia raramente vista (e em benefício próprio), viu sua própria criação online, os seus comportamentos, sentimentos e desejos, capturados e transformados em dados comercializáveis, naquilo que a pensadora Shoshana Zuboff definiu como ‘capitalismo de vigilância’. Segundo ela, empresas como Google e Facebook (agora Meta) são o símbolo desta era de concentração e manipulação de informação, vale dizer de poder e riqueza (Zuboff,2019).

Uma era, afinal, do algoritmo, na qual valor é extraído da previsão sobre qual será nosso próximo clique online, o que vamos comprar a seguir, para onde viajaremos nas férias, nossas emoções, opiniões e pensamentos. Uma intensidade de vigilância que, na literatura de ficção, remete a obras como *1984* de George Orwell e *Admirável Mundo Novo* de Aldous Huxley, essa última escrita no início dos anos 1930 quando despontavam na Europa ideologias como o nazismo e o fascismo. Com a diferença, agora, que a distopia da vigilância absoluta é fomentada não necessariamente pelo estado totalitário, o alvo de Orwell e Huxley, mas pelo mercado, mais precisamente por aquelas entidades privadas e/ou públicas que têm o poder de adquirir e manipular a informação e o conhecimento gerado pela interação de enormes contingentes de pessoas no mundo virtual.

Universo de vigilância desvelado de forma didática em dois momentos marcantes no passado recente. Em 2013, nas denúncias feitas pelo analista de sistemas norte-americano Edward Snowden, quando foi revelada a extensão da espionagem no ciberespaço levada a cabo pela NSA (Agência de Segurança Nacional) dos Estados Unidos, e no escândalo da empresa de consultoria Cambridge Analytica, quando foi exposta a manipulação massiva de informações pessoais de milhões de pessoas no Facebook para fins políticos, em especial na primeira campanha presidencial de Donald Trump nos EUA em 2016.

Uso de dados que impulsionou uma grande quantidade de notícias falsas, as *fake news*, dirigidas a públicos segmentados, alimentando o que se convencionou chamar de ‘pós-

verdade', na qual mentiras reconfortantes valem mais do que verdades inconvenientes. O tipo de lógica que delimita, ainda mais, as 'bolhas' das redes sociais e suas comunidades de certezas. Essas energizadas por algoritmos em uma dinâmica que se retroalimenta. Um fator de risco para a cidadania e a democracia por seu potencial desestabilizador e gerador de disputas políticas assimétricas.

Uma dinâmica que, no mais, aprofunda disparidades, em tempos já marcados por desigualdades, em especial de riquezas, cada vez mais agudas, como demonstrou, por exemplo, o economista francês Thomas Piketty em seu livro *O capital no século XXI*. Segundo ele, vivemos uma era de concentração de riqueza no mundo ocidental só comparável à ocorrida no final do século XIX e início do XX, até a eclosão da Primeira Guerra Mundial (1914-1918). Aspecto da atualidade constituinte da crise das democracias, pois tal concentração de renda e poder, e nas palavras de Piketty, atinge níveis incompatíveis "com princípios da justiça social que estão na base de nossas sociedades democráticas modernas" (Piketty,2014:33).

Nesta era disruptiva para a imprensa, democracia e cidadania, como valorizar o fazer jornalístico? O jornalismo como ofício terá maior relevância na medida em que sua produção, feita quer por empresas de mídia ou por grupos autônomos, mantiver capacidade de influência sobre a opinião pública (McCombs,2009). Não é evidente como isto se dá e dará no ambiente da pós-verdade. Em uma época de descrédito na verdade factual, creio que esta é uma boa reflexão a ser levada para universidades e cursos de comunicação.

Se pudesse sugerir um programa para alunos, esse giraria em torno à potência que o jornalismo tem de estimular o pensamento crítico e de gerar algum tipo de massa crítica na sociedade. De olhar o cotidiano através de suas singularidades. De lembrar que os fatos, a matéria-prima do jornalismo, jamais estão prontos, mas são construídos (aí reside a arte). Soprar, enfim, a brisa em um mundo saturado pela (des) informação. No emaranhado de acontecimentos, imagens e signos, encontrar brechas para comunicar o inconveniente em tempos de crise.

Questões para reflexão:

- 1.Como pensar a formação da opinião pública nos tempos dos algoritmos, ou seja, da informação hiper customizada?
- 2.Vivemos tempos de vigilância ou, pelo contrário, de inéditas possibilidades no campo da comunicação?
- 3.Em uma época de descrédito na verdade factual, como valorizar o fazer jornalístico?

Referências:

ANDERSON, C.W; BELL, Emily & SHIRKY, Clay. Jornalismo pós-industrial, adaptação aos novos tempos. IN: Revista de Jornalismo ESPM, São Paulo, abril/maio/junho 2013

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

McCOMBS, Maxwell. A Teoria da Agenda. A mídia e a opinião pública. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009

PIKETTY, Thomas. O capital no século XXI. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2014

SHOSHANA, Zuboff. The age of surveillance capitalism. The fight for a human future at the new frontier of power. New York: Public Affairs, 2019