

RESENHA: MÍDIA, OPINIÃO PÚBLICA E SOCIEDADE

Maura Martins

mauramartins@gmail.com

Doutora em Ciências da Comunicação
pela Universidade de São Paulo (USP).
Professora pesquisadora e coordenadora
dos cursos de Comunicação Social do
UniBrasil Centro Universitário.

Recebido em: 11-07-2021

Aceito em: 02-03-2022

DOI 10.21882/ruc.v9i16.865

87

Resenha: CARVALHO, Guilherme (org.).
Mídia, opinião pública e sociedade:
desafios para uma comunicação em
transformação. Curitiba: Intersaberes, 2021.

A obra *Mídia, opinião pública e sociedade – desafios para uma comunicação em transformação*, organizada por Guilherme Carvalho para a editora InterSaberes, propõe uma tarefa árdua: o de desenvolver um arco evolutivo sobre os processos da comunicação de massa que nos levaram a consolidar o atual estágio da comunicação em rede, em que os veículos hegemônicos dividem o espaço, em relativa igualdade, com a informação e os conteúdos gerados por amadores. Deste modo, o livro reúne 7 autores que, em 6 artigos, intentam aglutinar, ainda que de forma não definitiva, as razões e as visões que cercaram os meios de comunicação de massa, desde o seu surgimento.

A organização da obra é propositadamente linear; inicia com uma reflexão abrangente sobre a função das mídias na sociedade e encerra analisando o panorama atual, sinalizando para as tendências vislumbradas no presente e no futuro. Por tal razão, a discussão é aberta pelo artigo *Comunicação e sociedade: o papel da mídia*, de autoria de Guilherme Carvalho, que versa sobre o conceito de informação e a gradativa importância que ela tomou no tecido social. A reflexão proposta pelo autor parte de uma explanação sobre o funcionamento das

linguagens e sua centralidade no processo de organização das sociedades, de modo que as informações geradas e armazenadas se tornaram conhecimento replicável — diretamente ligado ao desenvolvimento científico e à evolução da informação, enquanto um produto que pode ser comercializado. Carvalho (2021) argumenta que esse cenário se configura como a era da informação; ademais, ter acesso a essas informações torna-se um diferencial na concorrência entre os poderes, pois “saber antes passa a ser uma vantagem competitiva. Valorizam-se, assim, as atividades que procuram tratar, compilar, organizar e processar um grande volume de informações no menor tempo possível.” (CARVALHO, 2021, p. 23).

Para compreender esta linha progressiva dos processos comunicacionais, que a obra se propõe a desenhar, é preciso ter noção, diz Carvalho, “que a internet não surgiu de um processo natural de desenvolvimento da humanidade ou como fruto do amadurecimento da ciência.” (CARVALHO, 2021, p. 23). Ou seja, precisamos entender que o desenvolvimento das mídias reflete interesses de ordens diversas — sejam econômicos, políticos, sociais, entre outros — e não o encadeamento “natural” e/ou linear dos sistemas de comunicação. Destarte, é preciso reconhecer ou mesmo superar modelos anteriores, que previam análises mais tecnicistas (como propunha, por vezes, Marshall McLuhan) ou matemáticas/cibernéticas, voltadas a identificar causa e efeito dos processos

comunicacionais.

Carvalho (2021), deste modo, convida o leitor a encarar os meios de comunicação como sistemas dinâmicos e vivos, que expressam as contradições da própria modernidade e dos seres humanos que comungam de suas mensagens. Neste sentido, para tentar entender o funcionamento das mídias, é necessário compreender os modos pelos quais se apreendeu o conceito de público e as ideias em torno de uma consolidação de uma esfera pública ativa. Nesta linha de raciocínio, Ricardo Tesseroli propõe o artigo *Questões históricas e conceituais sobre opinião pública*, em que apresenta ao leitor o panorama deste conceito errante — uma vez que, mesmo que uma discussão mais sistematizada sobre o conceito da opinião pública se inicie no século XVIII, com o filósofo Jean-Jacques Rousseau, seguimos debatendo até hoje as formas pelas quais ela se consolida (ou não).

A compreensão da opinião pública, que parte de autores como Walter Lippmann e Jürgen Habermas e tange as reflexões sobre a chamada *agenda setting* (McCombs e Shaw) e a espiral do silêncio (Noelle-Neuman), complexificam-se cotidianamente com o avanço rumo a uma “internet social” — em que as trocas entre os usuários se tornam a regra e os algoritmos manejados pelas empresas proprietárias das principais redes sociais (como Facebook, Twitter, Instagram) direcionam os rumos da conversação. Sobre este aspecto, Tesseroli pontua que “os algoritmos colaborariam para uma nova espiral de silêncio, em que seria dado muito mais destaque aos assuntos do momento ou às visões preponderantes, silenciando-se as opiniões com menor adesão [...]. Os algoritmos, de maneira silenciosa e constante, agiriam de forma a criar consensos, disponibilizando a determinado público somente informações que vão ao encontro dos interesses e convicções desses usuários.” (TESSEROLI, 2021, p. 67).

Atualmente, a opinião pública é intermediada por processos relativamente novos, que ocorrem devido à onipresença do digital na vida da população. Em continuidade a esta discussão, o artigo *Agendamento como corpo teórico*

do jornalismo: uma ideia em mudança de comportamento, de Rafael Schoenherr e Marcela Ferreira, revisita uma das hipóteses centrais nas análises comunicacionais: a *agenda-setting*, uma teoria que nunca se finaliza, pois permanece se atualizando, conforme evoluem (ou involuem) as mídias. Os autores ressaltam que “o agendamento é uma teoria de fino interesse aos estudos do jornalismo e comunicação na medida em que busca articular as instâncias da produção e da recepção.” (SCHOENHERR; FERREIRA, 2021, p. 76).

A abrangência do conceito de agendamento ocorre por sua espécie de “flexibilidade”, pois ela se presta à análise tanto da comunicação midiática quanto da interpessoal. Serve, portanto, para investigações acerca de processos comunicacionais das mais diversas espécies; por essa razão, permanece atual, ainda que tenha surgido com o intuito do entendimento do impacto da inserção de jornais e livros industriais em cidades em processo de urbanização. Conforme resumem Schoenherr e Ferreira, “o modelo em rede de *agenda-setting* sugere que as notícias servem para conectar novas informações a velhas informações na memória de associação em rede já existente nas audiências [...]. O que está em jogo é o poder associativo mobilizado pelas notícias, capaz de fortalecer ou mesmo refazer conexões e propor nós de articulação a respeito de determinado tópico.” (SCHOENHERR; FERREIRA, 2021, p. 90).

À discussão sobre o conceito de agendamento, sucede-se o artigo *Desenvolvimento das mídias*, de Gabriel Bozza, que traz continuidade ao desenho evolutivo dos meios de comunicação de massa. Enquanto expressão linguística, a ideia de mídia já é centenária e remete ao início do século XX. Não há, portanto, novidade aqui — exceto pelo fato de que as mídias jamais se tornam estanques, pois os avanços tecnológicos costumam alterar os usos e as apropriações feitas pelos meios.

Nesse sentido, Bozza postula que o entendimento das mídias deva acompanhar, também, as modificações nas suas formas de consumo, que se espelham, quase sempre, nos usos feitos

pelas novas gerações: “o uso midiático do novo consumidor de informação, composto de um público jovem, pressupõe uma conexão e uma desconexão rápidas, o desejo de participar instantaneamente dos conteúdos, ser o mediador do saber e construir arquiteturas de informação destoantes dos *media* profissionais.” (BOZZA, 2021, p.113). O autor sinaliza, aqui, a uma apropriação ativa no consumo como uma realidade que precisa ser encarada por todos os pesquisadores que se proponham a tentar entender hoje o funcionamento das mídias. A essa reflexão, Alexsandro Ribeiro encadeia um debate sobre *Sistemas e modelos de comunicação*, de modo a pontuar, ao leitor deste livro, como as mídias se instalaram, não apenas no Brasil, mas no mundo. Portanto, é necessário compreender que as tecnologias midiáticas não nascem de maneira artificial, “sem que haja uma adesão e uma significação social.” (RIBEIRO, 2021, p. 127); deste modo, elas só se desenvolvem nas sociedades caso existam condições para isso — que envolvem, entre outras coisas, a inserção em sistemas pré-estabelecidos. Estes sistemas têm naturezas diversas; podem, por exemplo, se relacionar com a forma de organização, os formatos, os tipos de administração (sistemas públicos, privados, estatais, comunitários) ou tipos de tecnologia (analógicos ou digitais).

A evolução dos meios de comunicação acarretou a necessária evolução destes sistemas. O advento da internet, e seu gradativo desenvolvimento, por exemplo, propiciou que regulações quanto ao seu uso fossem pensadas, como, por exemplo, o Marco Civil da Internet, a Lei de Acesso à Informação e, mais recentemente, a Lei Geral de Proteção de Dados. Tais iniciativas, que encontram espaço nas esferas legais e da cultura, sinalizam a necessidade de assegurar que a internet não seja encarada como uma “terra de ninguém”, mas sim como um espaço em que se garanta os direitos democráticos de todos os cidadãos que a utilizam e/ou sentem seus efeitos.

Por fim, o artigo *Tendências na comunicação*, de João Figueira, aponta, como sugere o próprio título, a uma análise dos impactos

dos processos de produção e recepção das mídias observados nos últimos anos. Se os textos anteriores propõem um apanhado histórico e conceitual no pensamento comunicacional, esta última reflexão contextualiza o cenário atual em que jornalistas, publicitários e demais profissionais da cadeia midiática desenvolvem suas funções.

Este ambiente apresenta profundas modificações em relação a outros momentos históricos, que dizem respeito, sobretudo, ao fato de que os profissionais dividem o espaço com sujeitos amadores que possuem as mesmas ferramentas técnicas — e que, caso sejam usadas estrategicamente, podem levar ao mesmo alcance de mensagens. Em vista disso, o cenário é desafiador, tanto para os profissionais quanto para a população, já que o “cidadão anônimo não está obrigado ao cumprimento de quaisquer regras e, muitas vezes, nem as regras da boa educação ele é capaz de respeitar.” (CARVALHO, 2021, p. 163).

Neste sentido, é preciso aprofundar as diferenças entre comunicação e informação, pois se é verdade que todos hoje comunicam, não se pode dizer que todos informam. Por um lado, o empoderamento dos cidadãos quanto ao uso das ferramentas de comunicação oportunizou que a audiência não recebesse mais passivamente aquilo que os veículos tradicionais expunham, em uma perspectiva de hegemonia; por outro, ao possibilitar que todos falassem, abriu-se um espaço para práticas e culturas danosas. Figueira destaca que “o ato de espalhar ou até modificar conteúdos insere-se nesse movimento de comunicação em cadeia e sem regras, o qual caracteriza o ambiente digital vigente, com claras e evidentes repercussões na informação jornalística, que não passa incólume a essa onda avassaladora.” (FIGUEIRA, 2021, p. 175). Posto a isso, sucedem problemas que, se não novos, foram atualizados pelas potencialidades do digital, como, por exemplo, a explosão de conteúdos de natureza duvidosa ou mesmo *fake news*, que, frequentemente, chegam ao leitor/espectador sem que tenha requisitado o acesso a elas.

Por fim, ao sintetizar as discussões propostas pelos autores, o livro **Mídia, opinião pública e sociedade – desafios para uma comunicação em transformação** cumpre o seu propósito de delinear o contexto pelo qual os processos de comunicação midiática caminharam para chegar até aqui, em um momento histórico em que é necessário reconhecer que “comunicar não é informar. Aliás, em muitos casos, comunicar também é desinformar.” (CARVALHO, 2021, p. 195). Ao esclarecer didaticamente os meandros da história das mídias, apresenta-se como uma obra bastante recomendada para estudantes e jovens profissionais que precisam assumir sua responsabilidade enquanto sujeitos atuantes neste contexto, em que a desinformação abunda e a informação de qualidade se torna cada vez mais imprescindível.

(org.). **Mídia, opinião pública e sociedade: desafios para uma comunicação em transformação**. Curitiba: Intersaberes, 2021. *E-book*.

REFERÊNCIAS

- BOZZA, G. Desenvolvimento das mídias. *In*: CARVALHO, Guilherme (org.). **Mídia, opinião pública e sociedade: desafios para uma comunicação em transformação**. Curitiba: Intersaberes, 2021. *E-book*.
- CARVALHO, Guilherme. **Mídia, opinião pública e sociedade: desafios para uma comunicação em transformação**. Curitiba: Intersaberes, 2021. *E-book*.
- FIGUEIRA, João. Tendências na comunicação. *In*: CARVALHO, Guilherme (org.). **Mídia, opinião pública e sociedade: desafios para uma comunicação em transformação**. Curitiba: Intersaberes, 2021. *E-book*.
- RIBEIRO, Alexsandro. Sistemas e modelos de comunicação. *In*: CARVALHO, Guilherme (org.). **Mídia, opinião pública e sociedade: desafios para uma comunicação em transformação**. Curitiba: Intersaberes, 2021. *E-book*.
- SCHOENHERR, R.; FERREIRA, M. Agendamento como corpo teórico do jornalismo: uma ideia em mudança de comportamento. *In*: CARVALHO, Guilherme (org.). **Mídia, opinião pública e sociedade: desafios para uma comunicação em transformação**. Curitiba: Intersaberes, 2021. *E-book*.
- TESSEROLI, R. Questões históricas e conceituais sobre opinião pública. *In*: CARVALHO, Guilherme