

Esferas públicas, teorias de comunicação e hipóteses contemporâneas: traçando uma releitura¹

Claudio Faria MARQUES²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

RESUMO

O objetivo desse artigo é revisar alguns estudos clássicos de comunicação e refletir sobre a possível aplicabilidade e atualização de certos conceitos no contexto comunicacional atual. Inicialmente é resgatada a formação da imprensa, que segundo Habermas levaria ao surgimento das esferas públicas, um conceito criticado por outros autores. Em seguida são analisadas as principais teorias das pesquisas administrativas norte-americanas: hipodérmica, da persuasão, dos efeitos limitados e funcionalista. Eles apresentam temas que podem ser atualizados, como a disfunção narcotizante, os líderes de opinião e as táticas de manipulação. Por fim são discutidas algumas das hipóteses contemporâneas sobre comunicação, como *agenda-setting*, *gatekeeping* (que remete a *newsmaking*, *gatewatching* e os novos filtros tecnológicos) e espiral do silêncio (e o efeito *bandwagon*).

PALAVRAS-CHAVE: *agenda-setting*; esferas públicas; espiral do silêncio; *gatekeeping*; teorias da comunicação.

Introdução

O poder manipulador da mídia é um tema frequentemente abordado em estudos clássicos de comunicação. Temos tanto teorias que atribuem uma força absoluta aos meios de comunicação quanto outras que menosprezam seu potencial, chegando a hipóteses mais contemporâneas que tendem a ser um meio termo, reconhecendo potencialidades e limites. Muitos desses estudos caíram totalmente em desuso, enquanto outros têm sido resgatados para se analisar o contexto comunicacional atual.

O objetivo desse artigo é realizar um apanhado de estudos clássicos de comunicação e refletir sobre a possível aplicabilidade e atualização de alguns dos conceitos pesquisados, considerando que tais estudos foram elaborados antes do advento da internet. Inicialmente é resgatada a formação da imprensa, que segundo Habermas levaria ao surgimento das esferas públicas, um conceito justificadamente criticado por outros autores. Em seguida são

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando do Curso de Comunicação da FCS-UERJ e jornalista do IBGE, e-mail: cfmarx@gmail.com

analisadas as principais teorias das pesquisas administrativas norte-americanas: hipodérmica, da persuasão, dos efeitos limitados e funcionalista. Eles apresentam temas que podem ser atualizados, como a disfunção narcotizante, os líderes de opinião e as táticas de manipulação. Por fim são discutidas algumas das hipóteses contemporâneas sobre comunicação, como *agenda-setting*, *gatekeeping* (que remete a *newsmaking*, *gatewatching* e os novos filtros tecnológicos) e espiral do silêncio (e o efeito *bandwagon*).

O surgimento da esfera pública

Diversos autores, como Sodré (1977), Habermas (1984) e Thompson (1998), defendem a existência de uma correlação entre o modo de produção capitalista e a imprensa. Segundo Sodré, a invenção de Gutenberg no século XV adveio da necessidade social, vinculada à ascensão burguesa e gerada pelo desenvolvimento histórico. Ele afirma que a imprensa foi inicialmente controlada pelo Estado, mas poderosas forças econômicas agiram para enfraquecer esse domínio.

O princípio da liberdade de imprensa sintonizava com a pressão burguesa para transferir a imprensa à iniciativa privada, o que ocorreu no século XIX. As técnicas de impressão aprimoravam-se, o que permitiria a redução de custos e a aceleração da circulação. A luta entre a opinião e a publicidade marcaria o desenvolvimento da imprensa do mesmo modo que a luta entre a informação e a opinião.

Foi com a imprensa que teria surgido a esfera pública burguesa (EPB), definida por Habermas como a esfera das pessoas privadas reunidas em um público.

Eles reivindicam esta esfera pública regulamentada pela autoridade, mas diretamente contra a própria autoridade, a fim de discutir com ela as leis gerais da troca na esfera fundamentalmente privada, mas publicamente relevante, as leis do intercâmbio de mercadorias e do trabalho social (HABERMAS, 1984, p.42).

Nessa EPB, a imprensa assumiria a função de afirmar a função crítica do público e desenvolver sua subjetividade, promovendo uma emancipação psicológica. A primeira etapa (EPB literária), no século XIX, consistiria em ampliar a autoconscientização da burguesia e promover reflexão sobre a vida social e cultural. A etapa seguinte (EPB política) problematizaria a legitimidade do Estado, daí surgindo o jornalismo político-literário.

Com a implantação do Estado de Direito burguês, os meios de comunicação ampliam suas bases industriais de produção. É a fase da imprensa de negócios, que viria a se caracterizar como imprensa de massa. Esta se tornava empresa de cunho público, mas voltada para interesses privados. Parte era contra o Estado e parte a favor conforme a situação. A relação com o capitalismo intensifica-se com o advento da sociedade pós-industrial.

Para Habermas, a imprensa, cada vez mais vulnerável como instituição pública, serviria de instrumento para dominação política e manipulação ideológica, em uma espécie de esfera pública ilusória. O público, massificado, deixaria de ser o sujeito que pensa para tornar-se consumidor passivo, perdendo o poder crítico sobre os produtores.

Thompson (1998, p. 69-73) defende que o raciocínio de Habermas tem o mérito de enfatizar a importância da comunicação de massa, mas acertadamente destaca alguns de seus problemas. Ele critica a exagerada passividade do público receptor tal como descrito por Habermas e a “refeudalização” das esferas públicas modernas. Outro problema apontado é a tendência em negligenciar a importância de outras formas de discurso e atividades públicas que existiram nos séculos XVII, XVIII e XIX na Europa, tais como os movimentos sociopopulares, que mantinham uma relação quase sempre conflituosa com a esfera pública burguesa. Também é questionada a ênfase sobre a imprensa periódica no início do século XVIII, frequentemente de caráter inconveniente e sensacionalista.

Henry Jenkins e David Thorburn (2003, p. 8) demonstram que Habermas subestima as barreiras à participação nessa esfera pública histórica. Fatores econômicos determinavam quem tinha acesso à imprensa, enquanto fatores sociais definiam quem exercia influência nas reuniões da cidade. Os ideais democráticos eram comprometidos pela privação de direitos das mulheres, das minorias e dos pobres. A efetivação de uma nova esfera pública dependeria da superação de barreiras técnicas, econômicas e culturais à participação plena. A internet ofereceria recursos potenciais para a construção da comunidade, mas como esses recursos são usados depende da adoção de ideais cívicos essenciais para uma esfera pública viável.

Wilson Gomes (1999, p. 29) avalia que o sistema das mídias pode ser usado como uma esfera pública por aqueles que reúnem as condições e o interesse para fazê-lo. O ciberespaço, por sinal, seria um meio pleno de possibilidades desde que as sociedades consigam retirar o que puder oferecer de vantajoso à democracia (GOMES, 2005, p. 75).

Marco Bastos (2011) compartilha desse otimismo. Ele avalia as mídias sociais e o ciberespaço como novas formas de esfera pública, com lógicas particulares de difusão de informações. A esfera pública nessas ferramentas tem características de uma matriz digital, onde diferentes nós interdependentes da rede, como anéis de cebola, repassam as informações em um processo que vai amplificando seu alcance e criando novos debates – de forma similar às arenas da esfera pública de Habermas.

Jackson Medeiros (2013) também aborda a questão da esfera pública proposta por Habermas a partir das redes sociais na internet e o processo de participação política

proporcionado por essa forma de comunicação e informação. Ele faz um traçado sobre a questão, que envolve a esfera pública e opinião pública, tratando as redes sociais na internet como um espaço de intercâmbio entre atores. Por fim, conclui que as redes sociais na internet atuam como potencializadoras de uma participação política mais efetiva, e que isso deve ser explorado de forma mais ativa. O fato é que isso não se constata na prática.

Christian Fuchs (2015) critica a interpretação idealista de Habermas e adota um entendimento cultural-materialista do conceito de esfera pública, baseado na economia política. Ele afirma que a noção original de Habermas deveria ser mais bem entendida como um método de crítica intrínseca do que algo que criticamente escrutiniza os limites da mídia e da cultura com base em relações de poder e econômica política. Fuchs identifica três antagonismos da esfera da mídia social contemporânea, nas áreas da economia, estado e sociedade civil, e conclui que esses limites só podem ser superados se a colonização do mundo da mídia social for enfrentada politicamente, para que a mídia social e a internet possam se tornar serviços públicos e bens comuns de mídia.

Já Mark Poster constata que a internet não se enquadra como esfera pública porque não cumpre alguns dos requisitos elencados por Habermas:

Para Habermas, a esfera pública é um espaço homogêneo de sujeitos personificados em relações simétricas, perseguindo consenso através da crítica de argumentos e a apresentação de afirmações válidas. Esse modelo, eu afirmo, é sistematicamente negado nas arenas da política eletrônica. Nós estamos aconselhando então que o conceito de esfera pública de Habermas, que classifica a Internet como um domínio político, seja abandonado (POSTER, 1995).

O próprio Habermas (1997) praticamente acaba com sua definição de esfera pública ao ampliar seu conceito, considerando-a como uma rede de comunicação que se ramifica em arenas internacionais, nacionais, regionais, comunais e subculturais, que se sobrepõem umas às outras. Ele também dissocia a relação da esfera pública com espaços físicos, ainda que continue sendo necessário um espaço concreto para sua realização, e admite a desigualdade de posições dentro da esfera pública, de forma que certos indivíduos são influenciadores e possuem o poder de persuadir outros no processo de formação de opinião.

Matthew Hindman cita vários autores para acertadamente concluir que a esfera pública não se concretizou:

Como vimos, alguns esperavam que a esfera pública no ciberespaço estivesse um pouco mais próxima de um ideal habermasiano – que o discurso político estaria mais livre das influências corporativas e que os debates públicos seriam mais inclusivos e mais pensativos. No entanto, como diz Andrew Chadwick (2006, 102), “o caminho para a e-democracia está repleto de grandes volumes de projetos fracassados”. A deliberação on-line que está ocorrendo tem sido frequentemente

criticada, até por alguns entusiastas iniciais. Alguns concluíram que o design de espaços online favorece os consumidores em detrimento dos cidadãos e os interesses corporativos em detrimento do interesse público (Lessig 1999, 69; McLaine 2003; Gamson 2003). Discussões on-line parecem ter dificuldade em gerar o respeito mútuo que a deliberação democrática requer, particularmente devido ao “trolling” e “flaming” generalizados em fóruns on-line (ver, por exemplo, Kayany, 1998; Herring, 2002; Wilhelm, 2000). Outros têm igualmente preocupado que as “câmaras de eco” on-line promoverão polarização em vez de comprometimento (Sunstein, 2001; Shapiro, 1999). E, é claro, os blogueiros políticos foram repetidamente atacados na imprensa por suas práticas supostamente não-violentas (HINDMAN, 2009, p. 138, tradução nossa).

Podemos concluir que o conceito de esfera pública é justificadamente alvo de críticas, sendo que muitos constataram que ela não veio a se concretizar plenamente nem mesmo com o advento da internet, embora esta ofereça um potencial ainda não explorado.

Após essa discussão inicial sobre a formação da imprensa e da esfera pública, analisaremos a seguir as principais teorias de comunicação das pesquisas administrativas norte-americanas, buscando também refletir sobre a aplicabilidade no contexto atual.

As pesquisas administrativas norte-americanas

As pesquisas administrativas norte-americanas de comunicação de massa dominantes nos anos 1920 a 1960 abrangem quatro paradigmas principais: a teoria hipodérmica; a abordagem empírico experimental ou da persuasão; a abordagem empírica de campo ou dos efeitos limitados e, por fim, a teoria funcionalista das comunicações de massa. Estes paradigmas são analisados por autores como Mauro Wolf (1995) e Carlos Alberto Araújo (2001).

Desenvolvida no período entre as duas guerras mundiais, a *teoria hipodérmica* defendia que a mídia possui a capacidade de *manipular* o público. Seus principais pilares são as teorias da sociedade de massa (sociologia) e a teoria psicológica da ação (behaviorismo – psicologia). Não considerava as diferenças entre os meios e defendia que o indivíduo era atingido isoladamente, já que a massa seria composta por pessoas isoladas umas das outras, indiferenciadas e passivas. As teorias behavioristas defendem que a ação humana é uma resposta a um estímulo externo. Nesse contexto, os meios de comunicação seriam praticamente onipotentes, provocando quaisquer efeitos desejados.

Na prática, os pesquisadores começaram a constatar que os meios de comunicação não eram tão onipotentes. Surgiam a teoria da persuasão e a teoria dos efeitos limitados. Desenvolvida por psicólogos, a *teoria da persuasão* já diminuía o poder da mídia, que poderia apenas *persuadir* a opinião do público. As diferenças individuais passavam a ser consideradas importantes na recepção da mensagem.

Já a *teoria dos efeitos limitados* utiliza a sociologia para demonstrar que a mídia poderia *influenciar* o público, mas seus efeitos seriam limitados pelo contexto social. Segundo Araújo (2001, p. 127 e 128), estudos mais sociológicos desta corrente de estudos desenvolvidos por Lazarsfeld nos anos 1940 e 1950 levaram ao conceito do “líder de opinião”, indivíduo que, no meio da malha social, influencia outros indivíduos na tomada de decisões. Criou-se o modelo “*two-step flow of communication*”, segundo o qual a comunicação se dá em um fluxo em dois níveis: dos meios aos líderes, e destes às demais pessoas.

Por fim, surgiu a *teoria funcionalista*, mais abrangente e bem elaborada que as demais. Não se preocupa tanto com os efeitos, e sim com as funções que os sistemas de comunicação exercem na sociedade (funcionalismo). Lazarsfeld e Merton (2000) alertam que o grande fluxo de informações dos meios de comunicação de massa contribui para produzir apatia, inércia e conformismo, em uma espécie de “disfunção narcotizante”. É como se o fato de estar bem informado, por si só, já fosse o suficiente.

O que se observa na evolução das pesquisas administrativas norte-americanas é uma redução gradual do poder atribuído à mídia. Esses paradigmas estão em desuso, mas nos permitem realizar reflexões sobre o contexto atual. Vejamos o que Lazarsfeld e Merton falavam nos anos 1940 sobre a “disfunção narcotizante” provocada pelo excesso de informações proporcionado pelos meios de comunicação de massa:

O cidadão interessado e informado pode contentar-se com seu elevado grau de interesse e informação e negar-se a ver que se absteve de decisão e ação. Em suma, ele toma seu contato secundário com o mundo da realidade política, pela leitura de sua condição e de seu pensar, como uma ação indireta. Confunde assim o fato de conhecer os problemas cotidianos com o fato de atuar sobre eles. Sua consciência social permanece imaculada. Está preocupado; está informado; tem toda sorte de ideias acerca do que deve ser feito. Mas, depois de terminado o jantar e após escutado seu programa de rádio predileto e depois de lido seu segundo jornal diário, já é hora de ir para cama (LAZARSELD e MERTON, 2000, p. 119).

Atualmente a internet permite um acesso praticamente ilimitado à informação, em um fluxo muito mais intenso do que na década de 1940. E o internauta provavelmente tem uma sensação ainda maior de dever cumprido. Afinal ele não só se informa, como também curte, comenta e compartilha a notícia do seu interesse.

Podemos deduzir que é pequena a parcela de internautas que buscam uma maior contextualização da informação, pesquisam fontes diferentes, apuram. E nesse oceano de informações e opiniões que é a internet, os líderes de informação parecem ter ganhado ainda mais relevância, reforçando o conceito de “*two-step flow of communication*” da teoria dos efeitos limitados.

E analisemos rapidamente um fato recente. Em março de 2018, os jornais *The New York Times* e *Observer of London* (ligado ao *The Guardian*) denunciaram um esquema de coleta, venda e uso indevido de dados de milhões de usuários por parte da Cambridge Analytica, empresa que fazia análise de dados de comportamento para direcionar propagandas e que se tornou conhecida por seus trabalhos para as campanhas favoráveis ao *Brexit* no Reino Unido (para que o país saísse do Mercado Comum Europeu) e à eleição de Donald Trump para presidente nos EUA (RONCOLATO, 2018). Informações refinadas dos usuários permitiram direcionar mensagens e propagandas para as quais seus perfis apontassem ser mais suscetíveis do que outras – prática conhecida no mundo do marketing político como *microtargeting*. Procurava-se mudar a cabeça das pessoas por meio de domínio informacional, série de técnicas que incluem desinformação, rumores e *fake news*. O que nos leva a questionar: guardadas as devidas proporções, será que as novas tecnologias não permitem que os indivíduos sejam atingidos isoladamente, como se imaginava na teoria hipodérmica, permitindo uma manipulação mais efetiva do público?

Podemos concluir que os quatro paradigmas apresentam temas que podem ser atualizados, como a disfunção narcotizante, os líderes de opinião e as táticas de manipulação. E nos anos 1960 e 1970 surgiram hipóteses mais contemporâneas que tendiam a recuperar parte do poder dos meios de comunicação descrito em teorias anteriores, mas ao mesmo tempo considerando limitações. Constatou-se que os meios de comunicação contribuem para a formação das agendas públicas, como será visto a seguir.

Agenda setting

De acordo com Wolf (1995, p. 127) e Hohlfeldt (2001, p. 192), Walter Lippmann já destacava em 1922 que cada vez mais o público depende da mídia para conhecer e organizar a realidade. Nos anos 1960, foram anexadas a esse conceito três constatações: o enorme e contínuo fluxo de informações veiculadas pela imprensa; o grande público atingido pela mídia, cada vez mais dependente da informação; e a crescente necessidade de seleção existente no processo de comunicação.

A hipótese conhecida como *agenda setting* foi examinada pela primeira vez por Maxwell McCombs e Donald L. Shaw, no contexto da eleição presidencial americana de 1968 (HOHFELDT, 2001, p. 195). Basearam-se no pensamento de B. C. Cohen, segundo o qual a mídia seguramente impõe sobre o que o público vai pensar (*Apud* WOLF, 1995,

p. 130). Ou seja, a imprensa poderia estabelecer uma pauta, uma agenda pública com os temas a serem pensados e discutidos pela sociedade.

Constatou-se a existência de uma correspondência entre os temas privilegiados pela mídia e aqueles considerados relevantes pelo público. Os estudiosos de *agenda setting* analisam os efeitos provocados pelos meios de comunicação e o modo como a mídia constrói a imagem da realidade, partindo do princípio de que os efeitos são provocados ao longo do tempo e intermitentemente, em um processo de *acumulação*.

A tematização é uma modalidade particular de *agenda setting*. É um procedimento informativo que exprime o desenvolvimento e a transformação de uma determinada quantia de fatos e acontecimentos diferentes, em um único âmbito de relevância, que é precisamente tematizado. Segundo Wolf (1992, p.146), tematizar um problema significa “colocá-lo na ordem do dia da atenção do público, dar-lhe o relevo adequado, salientar a sua centralidade e o seu significado em relação ao fluxo da informação não-tematizada”.

A hipótese de *agenda setting* contrapõe-se às antigas ideias de poder controlador da mídia sobre a mente do público. Percebe-se, entretanto, que não é incomum o público seguir a posição adotada pela mídia. Atualmente os meios eletrônicos e os veículos impressos trabalham com pautas parecidas, sendo influenciados um pelo outro.

De acordo com a *agenda setting*, a mídia possui a capacidade de determinar os temas que serão discutidos pelo público. Mas quem determina os temas abordados pelo jornalismo e com quais critérios? E o público não desempenharia agora um papel mais ativo nesse processo? São alguns dos temas abordados pelos estudos de *gatekeeping* e *newsmaking*.

***Gatekeeping, newsmaking* e os novos filtros**

O conceito de *gatekeeper* (selecionador) foi elaborado em 1947 por Kurt Lewin, sendo utilizado por D. M. White em 1950 para “estudar o desenvolvimento do fluxo de notícias dentro dos canais organizativos dos órgãos de informação e, sobretudo, para individualizar os pontos que funcionam como ‘cancelas’ e que estabelecem que a informação passe ou seja rejeitada” (*Apud* WOLF, 1992, p.162).

Gatekeeping seria a atuação dos editores definindo o que será publicado ou não em um veículo jornalístico, o que pode se aproximar da censura e da manipulação. Condicionam-se as decisões à posição do veículo para o qual o editor trabalha. O que chegaria ao público são as notícias que os editores e donos dos veículos jornalísticos querem. Eles funcionariam como um filtro que separa o público das informações:

O *gatekeeping* constituir-se-ia, portanto, em uma distorção involuntária – na medida em que não se trata de uma intervenção consciente, sensorial – da informação, devida ao modo pelo qual se organiza, institucionaliza e desenvolve a função jornalística, as chamadas *estruturas inferenciais*, que não significam *manipulação*, pura e simplesmente, eis que não são distorções deliberadas, mas involuntárias, inconscientes, que podem chegar, por isso mesmo, a níveis bem mais radicais e perigosos, na medida em que omitem ou marginalizam acontecimentos que, por vezes, poderiam ser efetivamente importantes e significativos ao menos para determinadas coletividades (HOHFELDT, p. 206, 2001).

O veículo, portanto, enfatiza os assuntos que lhe interessam e coloca nas pequenas notas o que for julgado como menos importante. E quais os critérios utilizados para se determinar o que é noticiável? É disso que se encarrega os estudos de *newsmaking*, que podem ser considerados como um desdobramento dos estudos de *gatekeeping*.

Segundo Wolf (1995), o *newsmaking* refere-se à produção da notícia, em todos os seus aspectos, com ênfase para os critérios de noticiabilidade (conjunto de elementos por meio dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de notícias) e os valores-notícia (componente da noticiabilidade que define quais acontecimentos são dignos de serem transformados em notícias, e qual destaque eles devem receber). Esses valores, portanto, atuam na seleção, supressão e destaque das notícias, bem como na rotinização da produção informativa (*ethos* e *habitus* jornalístico).

De acordo com Hohlfeldt (2001, p. 209-214), os valores-notícia, praticamente infinitos, são comumente agrupados em cinco grandes categorias:

- *Categorias substantivas*: importância (grau e nível hierárquico dos indivíduos ou instituições envolvidos; impacto sobre a nação e o interesse nacional; quantidade de pessoas envolvidas; relevância do acontecimento quanto à sua evolução); interesse (capacidade de entretenimento; interesse humano; composição equilibrada do noticiário).
- *Categorias relativas ao produto (notícia)*: brevidade; condição de desvio da informação; atualidade; atualidade interna; qualidade; equilíbrio.
- *Categorias relativas aos meios de informação*: bom material *versus* texto verbal; frequência; formato.
- *Categorias relativas ao público*: estrutura narrativa; protetividade.
- *Categorias relativas à concorrência*: exclusividade ou furo; geração de expectativas recíprocas; desencorajamento sobre inovações; estabelecimento de modelos referenciais.

No *newsmaking*, não se valorizam somente as notícias de cunho econômico, político e ideológico, mas também as que atendam a todas as classes e idades. Os critérios relativos ao meio são definidos em função do público, do horário e de padrões técnicos. A TV, o jornal e as revistas, por exemplo, possuem critérios diferentes.

Muitos dos critérios do *newsmaking* podem soar quase ingênuos para quem trabalha nas redações. Na prática, o *gatekeeping* é exercido com critérios muito mais subjetivos e inclui fatores como a linha editorial do veículo e o perfil do seu público.

As discussões sobre *gatekeeping* têm sido reavivadas por vários autores nos últimos anos para se analisar a internet:

Alguns argumentam que os sites comerciais desempenham um papel importante como filtros e “policiais de trânsito” (Hargittai 2000; Cornfield e Rainie 2003; Connolly-Ahern, Williams e Kaid 2003; Curtin 2000). Outros estudiosos fazem afirmações contrárias. Por exemplo, Bruce Williams e Michael Delli Carpini (2000) declaram que as novas mídias “minam a ideia de que existem cancelas discretas através das quais a informação política passa: se não houver cancelas, não pode haver *gatekeepers*”. Este livro argumenta que cancelas e *gatekeepers* permanecem uma parte crítica do cenário da informação, mesmo na era da Internet. Algumas maneiras pelas quais as informações online são filtradas são familiares, pois as organizações de notícias tradicionais e as empresas de transmissão são proeminentes na Web. Outros aspectos da filtragem online são novos. Mecanismos de busca e sites de portal são uma força importante, mas uma parte fundamental de seu papel é agregar milhares de decisões individuais de *gatekeeping* feitas por outros. Em última análise, este livro argumenta que a Internet não elimina a exclusividade na vida política; em vez disso, está mudando a barra de exclusividade da produção para a filtragem de informação política. (...) Primeiro, se quisermos entender o *gatekeeping* on-line, precisamos começar examinando mais de perto a infraestrutura da Internet. Em segundo lugar, quando consideramos o discurso político *online*, devemos estar conscientes da diferença entre falar e ser ouvido (HINDMAN, p. 12 e 13, 2009, tradução nossa).

Para Ingrid Volkmer (2003, p. 313), os significados tradicionais de *gatekeeper* e *news factors* tornaram-se obsoletos. Um novo sistema de referência translocal de seleção e apresentação de notícias teria substituído o ângulo das notícias nacionais e estrangeiras por uma justaposição global de perspectivas internas e externas. Com isso, uma nova “esfera extra-social” foi moldada e hoje influencia processos políticos e econômicos. Essa nova estrutura de comunicação teria sido transferida para a internet, ganhando velocidade e autonomia. É uma visão no mínimo ousada, para não dizer exagerada.

Neil Thurman (2015) sugere acertadamente uma revisão da hipótese de *gatekeeping*. Ela ressalta que, originalmente, o público teria pouca interferência naquilo que é publicado os veículos jornalísticos. Na prática, tudo era decidido pelos editores por critérios altamente subjetivos, como relevância, novidade, etnocentrismo e individualismo. O autor conduziu

estudos de 2004 a 2008 sobre *interatividade de conversação*, ao analisar a produção não profissional de conteúdo em blogs de veículos jornalísticos. Em seguida, fez pesquisas de 2007 a 2012 sobre *interatividade adaptativa*, pesquisando conteúdos de mídia automaticamente adaptado ao usuário e as recomendações contextuais. Ele concluiu que houve mudanças profundas no *gatekeeping* jornalístico por meio de uma horizontalização promovida por forças sociais, tecnológicas, políticas e econômicas. Em sua opinião, o jornalismo precisa se adaptar. Ele sugere focar em necessidades específicas da audiência, adaptar estilo e estrutura para o meio *online* e investir em conteúdo original, em pesquisa e em desenvolvimento.

Benjamin R. Barber (2003, p. 43 e 44) nos alerta que o fim do *gatekeeper* não seria algo para se comemorar. Os mediadores e *gatekeepers* nos ajudariam a entender o mundo, quer os chamemos editores, professores, pastores, romancistas, jornalistas ou filósofos. Podemos selecioná-los e substituí-los, ou podemos aceitar ou rejeitar suas orientações à vontade, mas não seriam obrigatórios. Para Barber, pensar que a democracia é melhor servida pela eliminação de mediadores é optar não pela liberdade, mas pela anarquia e pelo terreno fértil que ela oferece aos verdadeiros manipuladores.

Axel Bruns (2005) cunhou o conceito de *gatematching*. Para o autor, essa prática compreende a ação dos atores na mídia social que, observando o fluxo de informações, decidem quais dessas informações mereceriam mais visibilidade, de forma análoga ao *gatekeeping*, sublinhando aquilo que pudesse ser considerado interessante para suas comunidades. Redes sociais na internet poderiam ser espaços de maior circulação de informações, uma vez que suas conexões estão permanentemente abertas, e seu papel enquanto meio de informação relevante para a democracia poderia ser potencializado.

Exageros à parte, essa retroalimentação de fato parece ter ganhado força no contexto tecnológico atual. Na internet, entretanto, os algoritmos são utilizados para filtrar a informação que chega a cada usuário. No livro *O filtro invisível*, Eli Pariser (2012) explica que o conteúdo que vemos nos serviços disponíveis na web (resultados de buscas no Google, *feed* de redes sociais como o Facebook ou a primeira página de determinados *sites*, por exemplo) são cada vez mais personalizados de acordo com os nossos hábitos.

Os algoritmos buscam entender as pessoas e do que elas poderiam gostar baseando-se nos rastros que elas deixam na internet, como curtir ou não certas postagens, ou clicar ou não em determinados *links*. Desse modo, eles criam bancos de dados constantemente atualizado sobre as preferências de cada pessoa, oferecendo a partir disso conteúdo personalizado. Pariser afirma que a mudança do fluxo de informação se dá de forma invisível

para os usuários, que não sabem como as informações estão sendo personalizadas para eles. Grandes corporações tomam essas decisões visando ao lucro e com base em seus próprios interesses. Acabamos não tendo acesso a informações que desafiam nossos pontos de vista, o que é vital para a democracia, e ficamos cada vez mais fechados em bolhas de informação.

Os estudos de *gatekeeping* e *newsmaking* analisam como se dá o processo de filtragem de notícias e quais os critérios de noticiabilidade adotados pelo jornalismo. É um processo ainda mais complexo no contexto da internet, com suas quase infinitas informações sendo filtradas por algoritmos que estimulam o surgimento de bolhas informativas. Tudo isso complementa a perspectiva da *agenda setting*, que conclui que a mídia seguramente possui o poder de determinar sobre o quê o público vai pensar, mas não necessariamente como. A perspectiva da espiral do silêncio vai além e diz que a mídia também pode influenciar o modo como o público vai pensar.

Espiral do silêncio e efeito *bandwagon*

A perspectiva da espiral do silêncio, de Elisabeth Noelle-Newman, revisa as teses de que a mídia afeta apenas parcialmente o público e destaca a “*onipresença* da mídia como eficiente modificadora e formadora de opinião a respeito da realidade” (HOHFELDT, 2001, p. 221). A influência do efeito de *acumulação* não se restringiria apenas a determinar os assuntos a serem pensados pelo público, mas também atingiria o quê o público pensa ou diz sobre esses temas. A pesquisadora relativiza o conceito de *opinião pública*:

Para Elisabeth Noelle-Newman, o ponto central de toda a sua hipótese é a capacidade que ela reconhece nas pessoas de perceberem o que por ela é denominado de *clima de opinião*, independentemente do que essas pessoas sintam. Assim, ao perceberem – ou imaginarem – que a maioria das pessoas pensa diferentemente delas, essas pessoas acabam, num primeiro momento, por se calarem e, posteriormente, a adaptarem, ainda que muitas vezes apenas verbalmente, suas opiniões às dos que elas imaginam ser a maioria (HOHFELDT, 2001, p. 230-231).

Desse modo, uma opinião acaba tornando-se majoritária, recebendo a adesão dos indecisos. A influência do pensamento aparentemente majoritário realiza-se em um movimento de *espiral do silêncio*, pois tende a crescer à medida que faz com que os demais que lhe oponham silenciem ou sejam silenciados. A autora constata que a mídia não possuiria um poder absoluto sobre o receptor, mas exerceria uma forte influência.

E o que acontece no contexto comunicacional atual? O livro *Political Turbulence* (MARGETTS, PETER, HALE e YASSERI, 2015) analisa as dinâmicas de ação coletiva por meio de mídias sociais online e a mobilização em ambientes políticos potencialmente

instáveis e turbulentos. Os autores mostram que as mídias sociais potencializam a espiral do silêncio, pois os indivíduos que se percebem com opinião minoritária se sentem pressionados a permanecer em silêncio ou aderir à opinião majoritária. A participação em determinadas mobilizações pode aumentar quando as pessoas sabem que suas ações serão visíveis publicamente, mas o envolvimento em ações que podem gerar represálias é beneficiado pelo anonimato ou pela diluição do nome dos participantes no contingente de apoiadores.

As mídias sociais também reforçam o efeito *bandwagon*, ou efeito do carro vencedor, que ocorre quando informações sobre a opinião da maioria causam um aumento no suporte à determinada opinião, causa ou campanha. As pesquisas sobre o efeito *bandwagon* demonstram que as informações sobre as tendências dinâmicas da opinião pública têm um efeito considerável, ou seja, a percepção de que o suporte a determinada causa está crescendo tem um efeito maior do que a simples mensuração estática de quantas pessoas apoiam determinada causa ou não.

Political Turbulence também aponta a relevância das percepções sobre a viabilidade de uma mobilização e sua chance de alcançar uma massa crítica ou ao menos um resultado politicamente significativo. As mídias sociais permitem acesso em tempo real e de modo acurado ao que as pessoas estão postando, compartilhando e à dimensão de seu comportamento político que elas expõem online. Isso tem consequências diretas no papel da informação social – ou seja, do ambiente informacional e social em que o comportamento individual ocorre e ao qual ele se adapta – em suas relações com a adesão à ação coletiva. O que se constata é que certos efeitos analisados em estudos de espiral do silêncio, entre outros, podem ser ainda mais potencializados pela interatividade da internet.

Comentários finais

Buscou-se realizar neste artigo uma breve revisão de alguns estudos clássicos de comunicação, bem como refletir sobre a possível aplicabilidade e atualização de alguns dos conceitos pesquisados. Certos paradigmas caíram em desuso, mas apresentam conceitos que podem ser úteis para se analisar o contexto informacional atual, tais como o de disfunção narcotizante da teoria funcionalista, o de líderes de opinião no “two-step flow of communication” da teoria dos efeitos limitados, e até mesmo as táticas de manipulação que remetem à teoria hipodérmica, entre outros tópicos abordados.

Foi demonstrado que estudos clássicos podem auxiliar a compreender o contexto atual. Mas cabe ressaltar que o amplo acesso à informação proporcionada pela internet, em especial, torna o cenário bem mais complexo do que o da época em que tais estudos foram originalmente

elaborados. Se antigamente o problema era a dificuldade para se ter acesso à informação, hoje talvez seja seu excesso, bem como o ritmo alucinante com que os dados são consumidos.

O público parece ter ganhado força no contexto tecnológico atual para decidir o que entra na agenda. Mas, ao mesmo tempo, algoritmos são utilizados para filtrar a informação que chega a cada usuário, e a espiral do silêncio é reforçada pelo efeito *bandwagon* provocado pela visibilidade do engajamento nas redes sociais. Os algoritmos favorecem a criação de bolhas de informação, bem como o direcionamento de *fake news* para públicos específicos, potencializando seus efeitos danosos. E ainda não se descobriu como a internet poderia contribuir para a concretização de uma esfera pública mais efetiva.

O que se propõe aqui, portanto, é que os estudos clássicos de comunicação não sejam abandonados, pois apresentam reflexões que ainda são úteis. Mas isso não significa de modo algum que se deva simplesmente aplicá-los diretamente no contexto atual. É necessário realizar uma revisão crítica, tal como tem feito autores citados no tópico sobre *gatekeeping*. E a partir daí, sim, desenvolver novos estudos e hipóteses para se compreender a complexidade do nosso sistema informativo atual marcado por constantes transformações.

Este artigo é apenas um apontamento geral que aborda uma quantidade e variedade razoável de estudos sem ser possível realizar um maior aprofundamento dentro da limitação do espaço proposto. É recomendável, portanto, a realização de análises mais profundas e detalhadas sobre cada um dos temas citados, bem como de outras pesquisas, como por exemplo as desenvolvidas na Escola de Frankfurt e nos Estudos Culturais.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Carlos Alberto. A pesquisa norte-americana. in: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação - Conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001.

BARBER, Benjamin. Which Technology and Which Democracy? in: JENKINS, Henry. THORNBURN, David (Editors), **Democracy and New Media**. Cambridge: MIT. Press, 2003, p. 33-47.

BASTOS, Marco. Public Opinion Revisited: The propagation of opinions in digital networks. **Journal of Arab & Muslim Media Research**, v.4 n.2-3, 2011

BRUNS, Axel. **Gatewatching**. New York: Peter Lang, 2005.

FUCHS, Christian. Mídias Sociais e a Esfera Pública. **Revista Contracampo**, v. 34, n. 3, 2015.

GOMES, Wilson. Esfera Pública Política e Media II In: **Práticas Discursivas na Cultura Contemporânea**. São Leopoldo, RS: Compós/Editora da Unisinos, p. 203-231, 1999.

GOMES, Wilson. Internet e participação política em sociedades democráticas. **Revista Famecos**. Porto Alegre, n. 27, p. 58-78, ago. 2005.

HABERMAS, J. **Mudança Estrutural na Esfera Pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HINDMAN, Matthew. **The myth of digital democracy**. Princeton University Press, 2009.

HOHLFELDT, Antonio. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. in: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação - Conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001.

JENKINS, Henry. THORNBURN, David . Introduction: The Digital Revolution, the Informed Citizen, and the Culture of Democracy. in: JENKINS, Henry. THORNBURN, David (Editors), **Democracy and New Media**. Cambridge: MIT Press, 2003, p. 1-17.

LAZARFELD, Paul. MERTON, Robert. Comunicação de massa, gosto popular e ação social organizada. in: COHN, G. **Teoria da Cultura de Massa**. 5 ed., São Paulo: Paz e Terra, 2000, p. 103-131.

MARGETTS, Helen. PETER, John. HALE, Scott. YASSERI, Taha. **Political Turbulence – How Social Media Shape Collective Action**. Princeton University Press, 2015.

MEDEIROS, Jackson da Silva. Considerações sobre a esfera pública: redes sociais na internet e participação política. **TransInformação**, Campinas, v.25, n.1, p.27-33, 2013.

MEYROWITZ, Joshua. **No sense of place - the impact of electronic media on social behavior**. New York: Oxford University Press, 1985.

PARISER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

POSTER, Mark. **Ciberdemocracia: A Internet e a Esfera Pública**. University of California, 1995. <<https://pt.scribd.com/document/36770234/POSTER-Mark-Ciberdemocracia-A-Internet-e-a-Esfera-Publica>>. Acesso em: jul. 2018.

RONCOLATO, Murilo. O uso ilegal de dados do Facebook pela Cambridge Analytica. **Nexo**, 17 mar. 2018. Disponível em: <<https://www.nexojournal.com.br/expresso/2018/03/19/O-uso-ilegal-de-dados-do-Facebook-pela-Cambridge-Analytica.-E-o-que-h%C3%A1-de-novo>>. Acesso em: jul. 2018.

RECUERO, Raquel. ZAGO, Gabriela. SOARES, Felipe Bonow. Mídia social e filtros-bolha nas conversações políticas no twitter. In: **Encontro Anual da Compós**, 26, São Paulo, Compós, 2017.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Graal, 1977.

THOMPSON, John B. **A Mídia e a Modernidade: Uma Teoria Social da Mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998

THURMAN, Neil. Journalism, gatekeeping and interactivity. in: COLEMAN, Stephen. FREELON, Deen (Editors). **Handbook of Digital Politics**. Edward Elgar Publishing, 2015, p. 357-374.

VOLKMER, Ingrid. Media Systems and Journalism in the Global Network Paradigm. in: JENKINS, Henry. THORNBURN, David (Editors), **Democracy and New Media**. Cambridge: MIT Press, 2003, p. 309-330.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 1995.