

Luiz Alberto de Farias, Else Lemos
e Claudia Nociolini Rebechi (orgs.)

Opinião Pública, comunicação e organizações: convergências e perspectivas contemporâneas

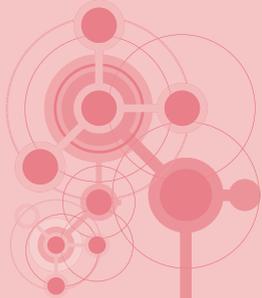
Abrapcorp
São Paulo, 2020
317 páginas

Resenhado por



Ágatha Camargo Paraventi

- Doutora e Mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP).
- Especialista em Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas pela ECA-USP.
- Graduada em Relações Públicas pela Faculdade Cásper Líbero (Facásper).
- Docente no curso de graduação em Relações Públicas da Faculdade Cásper Líbero (Facásper).
- Docente nos cursos de Pós-Graduação Lato Sensu Gestcorp e Comunicação Pública, da ECA-USP, MBA Gestão da Comunicação Empresarial (Aberje) e Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Facásper).
- Docente nos cursos de Educação Executiva Compliance e Gestão de Compliance (Insper).
- E-mail: agathacamargo@yahoo.com.br



Opiniões sem discussões públicas

Opinions without public debate

Opiniones sin discusiones públicas

A esfera pública “parece decair da esperança do ‘debate racional-crítico’ de Jürgen Habermas para um velho oeste de mentiras, insultos e invenções” (WICHOWSKI, 2019, p.22, tradução nossa), pondera Alexis Wichowski, conferencista internacional do XIII Congresso Abrapcorp e autora do artigo que abre a primeira parte do livro “Opinião Pública, Comunicação e Organizações: Convergências e perspectivas contemporâneas”. O texto toca em um aspecto sensível da obra: as opiniões que circulam neste contexto pós-moderno, influenciado por fenômenos da ambiência digital e intenções organizacionais, são resultado de debates públicos?

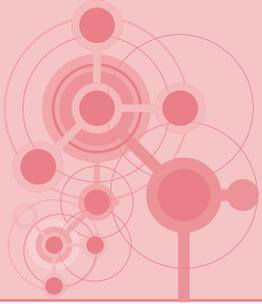
No prefácio, Margarida Kunsch argumenta a necessidade de compreensão deste momento em função das “consequências funestas” à sociedade. Os organizadores Luiz Alberto de Farias, Else Lemos e Cláudia Nociolini Rebecchi examinam, na apresentação, a urgência do debate dos constructos sobre a configuração da opinião. Destacam a complexidade de fenômenos como a infotoxidade, resultado da velocidade de informação, que, aprisionada em bolhas, gera questionamentos sobre as implicações à democracia e a cidadania em uma ambiência marcada por pós-verdades e controle.

A obra entrega, com consistência, essa proposta ao longo de suas 314 páginas e 16 capítulos produzidos por 23 pesquisadores. O esforço didático dos organizadores para dividir o livro em cinco partes evidencia o desafio de agrupar trabalhos que tangenciam e interpenetram simbioticamente as vertentes temáticas da opinião pública: democracia, influência, ambiência digital, plataformas sociais digitais, relações públicas e os esforços da comunicação organizacional.

Esta resenha substitui a sequência de capítulos por uma trajetória que objetiva apresentar a relação transversal entre as problemáticas, aspectos conceituais, discussões teóricas e empíricas sobre os objetos. Primeiro, será abordado como a obra contribui para a interpretação do contexto da ambiência digital, pano de fundo para os processos comunicativos contemporâneos. Depois, como os autores discorrem sobre os perfis de interação e comportamento dos públicos em resposta a esta ambiência. Em terceiro, a dedicação estará voltada ao desenho dos co-autores sobre os desafios estratégicos das organizações, bem como a problematização crítica da ação comunicativa e suas consequências. Por fim, serão explorados os papéis da imprensa e órgãos governamentais para o fomento da discussão pública sobre temas caros à sociedade.

O processo de formação de opinião pública contemporâneo produz novos códigos de comportamento social.

Elizabeth Saad descreve a plataformização das relações sociais, sua influência para o consumo informacional-comunicativo e a transformação da ambiência onde opiniões são construídas. Reflete a atual estrutura do mercado, apoiada por breve conceituação bibliográfica, para convidar a uma leitura crítica. Explora que as *big five* das plataformas sociais digitais (Google, Facebook, Apple, Amazon e Microsoft) são construtos intervenientes não neutros, condicionantes de participação



em suas lógicas de comercialização das interações. Marca a compreensão de que ambiência digital produz a diluição e remixagem das esferas sociais, resultando em uma formação da opinião pública influenciada por processos algorítmicos que modulam em bolhas, ou seja, promovem aproximação controlada entre públicos de interesse. No texto, a autora também oferta relevante caminho de pesquisa sobre o consumo informacional-comunicativo, além dos bens e serviços, que alcance os capitais social, simbólico, econômico e cultural de Bourdieu, convidando ao estudo dos contextos de poder que envolvem as trocas nesta ambiência.

Patrícia Gil relaciona os efeitos dessas arquiteturas algorítmicas à democracia em uma consistente problemática. Interpreta que claramente “algo deu errado” no projeto da cultura da internet, que surgiu como uma ideologia de múltiplas redes, interações, fluxos, livre de hierarquias, comunicação e códigos abertos, interpretada por Pierre Lévy (1999) como meios que poderiam dar vida a uma democracia em tempo real. Gil propõe o conceito da autocracia digital apoiada no princípio da publicidade na teoria democrática de Bobbio (2015) e no conceito de autocracia que representa a concentração de saberes, poder e decisão. Problematisa que a retórica da transparência não se sustenta diante do segredo das arquiteturas algorítmicas, nem na apropriação empresarial da nova economia digital pelas plataformas contraditórias em suas narrativas de “conexão de pessoas e comunidades” e seus efeitos para um “colapso paradoxal dos princípios básicos da deliberação e da democracia” (VAIDHYANATHAN, 2018, p.4, *apud* GIL, 2019, p.185).

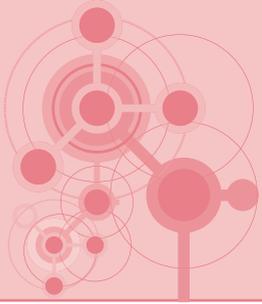
A partir da concepção de pós-verdade, como um estado distorcido de consciência no qual os estereótipos perdem a conexão com imagens reais, Luiz Alberto de Farias, Ivelise Cardoso e Paulo Nassar, apresentam uma conceituação da amplitude de fenômenos resultantes das configurações nessa ambiência digital. Mídiação, propagação de informações falsas, bolhas informativas ou câmeras de eco, sobrecarga de informação, atuação ciborgue, endosso às cegas, *clickbait* e *junk news* são discutidos em uma problematização sobre a desinformação gerada pela redução do pluralismo e arbitrariedade na rede.

Essa obra direciona luz à baixa percepção dos públicos sobre a influência externa ao processo de formação da opinião e ao processo de interação em resposta a ambiência digital.

Farias, Cardoso e Nassar pontuam que esse desconhecimento reforça os efeitos do gerenciamento das plataformas e os próprios usuários acabam por realizarem ações que agravam o “efeito bolha” ao conectarem-se com pessoas com pensamentos parecidos e deixarem de seguir dissonantes. A supressão da essencial interpretação de informações que poderia reduzir o endosso às cegas contribui para uma construção social marcada por intolerância, divisionismo, polarização e enclausuramento do debate. Patrícia Gil complementa essa leitura ao descrever que as pessoas são silenciadas e podem até gritar opiniões e protestos nas redes, mas dificilmente serão ouvidas.

Else Lemos apresenta uma contribuição conceitual sobre o termo literacia em/de relações públicas, em um ensaio com uma cuidadosa revisão teórica, termo que compreende como uma qualificação que torna indivíduos conhecedores e conscientes das mensagens, ações e intenções da atividade. Traz seu pressuposto de que a maioria das pessoas ainda é alheia aos processos de influência invisível, cada vez mais ubíqua, e que permite a mobilização junto a públicos leigos.

A compreensão sobre a participação dos públicos nas plataformas de redes sociais digitais destaca-se no capítulo da pesquisadora e professora da Columbia University's School of International and Public Affairs, Alexis Wichowski. Ela relaciona pesquisas empíricas e fenômenos sociais, descrevendo exemplos norte-americanos de formação de opinião. Como falar de formação de opinião em um debate no qual 90% do conteúdo é produzido por apenas 14% de “*angry few*”, minorias raivosas, representadas por 6% de conservadores e 8% de progressistas? Ela cunha o termo de “*exhausted majority*”, maiorias exaustas, para descrever os grupos que se silenciam por estarem cansados do debate. A problematização das consequências sociais,



como os exemplos de perda de confiança, perda de vontade de se relacionar com quem é “diferente de nós”, redução da civilidade social e aumento de violência, evidencia a urgência desta reflexão por parte de profissionais e pesquisadores.

São expressivos os capítulos que contribuem para o pensamento crítico de pesquisadores e profissionais de relações públicas e comunicação organizacional sobre as escolhas, conformações e intenções em resposta ou inseridos neste contexto contemporâneo de formação de opinião.

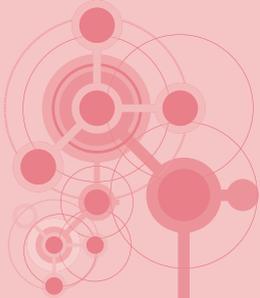
No contexto político, o texto de Kelly Cristina de Souza Prudêncio oferta resultados de pesquisa empírica sobre o ativismo político na eleição presidencial brasileira em 2018. A análise teórica dos resultados contribui com os conceitos de enquadramento dos grupos, refletindo que a não abertura a “julgamentos reflexivos” ou “testes de validade” reduzem as condições para deliberação política. A pesquisa classificou tanto a “nova direita” quanto os “progressistas” como pouco ou nada preparados para esse debate público.

Daniel Reis expõe os processos de influência indiretos, que tentam ser invisíveis para ocultar interesses privados, exemplificado pelas *Think tanks*, institutos ou associações. Em uma cuidadosa revisão teórica do uso inicial deste recurso por Edward Bernays, ele problematiza as lógicas de veracidade desses atores sociais que produzem defesa ou suscitam dúvidas sobre temas controversos na opinião pública. A partir do tema discutido por Reis em sua tese de doutoramento (2017), pondera os desafios da superação dos paradigmas de pesquisa ancorados na perspectiva organizacional.

Um caminho potencial para o avanço das pesquisas sobre a influência em relações públicas configura importante contribuição do texto de Márcio Simeone Henriques e Daniel Reis. Em um ensaio sustentado por didática discussão teórica sobre públicos, apresentam a concepção de influência como um processo interacional, construída na ação e em dinâmicas nas quais os públicos influenciam e são influenciados.

O olhar aos resultados organizacionais também é presente na obra. Carolina Terra e Gisela Maria Sousa revisam bibliografia que valoriza a desintermediação das relações que eram pautadas em veículos tradicionais que, agora, tem o potencial de “sucesso e proximidade” por meio da entrega de conteúdos interessantes, relevantes e úteis para os usuários-consumidores-cidadãos. Convidam a pensar os memes, popularmente compreendidos por entretenimento “inútil”, como oportunos reveladores e replicadores de hábitos da cultura. Sem aprofundar a discussão, abordam o contexto das bolhas informativas, questionando se a opinião publicizada nas plataformas de mídias sociais podem ser consideradas opinião pública. Neste contexto, Patrícia Gil pondera criticamente esse desafio da atuação organizacional em modelos de comunicação impostos pela lógica dos algoritmos. Observa que as atividades de comunicação e relações públicas têm aderido aos modelos, quase como um imperativo para a sustentação das marcas, problematizando a falta de transparência, liberdade de escolha e riscos de “*data ethics*”.

O contexto organizacional é refletido na obra em suas dinâmicas de operação que produzem efeitos sensíveis aos indivíduos e demandam ser aprofundadas em pesquisas que tragam luz aos aspectos éticos, das relações de poder, das alteridades e da formação de identidades em manifestações discursivas e de enquadramento. Igualdade e particularidade, identidade e diferença são sensivelmente focalizados. Angela Marques e Ivone de Lourdes Oliveira propõe embasamento conceitual sobre as alteridades e vulnerabilidades em uma defesa da ética do reconhecimento, da responsabilidade nas interações que produzem quadros de sentido tão sensíveis à construção das economias morais que determinam o valor dos sujeitos. Rudimar Baldissera e Rennan Mafra reconhecem o discurso em seu potencial investigativo das dinâmicas identitárias e dos movimentos interacionais de reprodução de poder, ressaltando a problematização sobre a instrumentalização dos estudos críticos de comunicação organizacional pelas abordagens funcionalistas. Maria Aparecida Ferrari e Raquel Cabral realizam uma descrição sobre comunicação intercultural e interseccionalidade, destacando o incentivo a pesquisas sobre identidades, construção social, diversidade, respeito e humanidade em relações interculturais.



Por fim, a cobertura da imprensa e o esforço regulatório são compreendidos em suas influências à formação de opinião. Cilene Victor discute o jornalismo humanitário, em uma pesquisa empírica, problematizando como as reações dos públicos influenciam o padrão de cobertura de temas sobre o “sofrimento humano” decorrente de guerras civis, conflitos, desastres, mudanças climáticas e instabilidade política e econômica. Ana Almansa-Martínez, em seu capítulo sobre lobby, apresenta dados de pesquisa empírica na Espanha e União Européia sobre como a regulamentação e a transparência colaboram para o aumento da exposição do tema na imprensa e o reconhecimento por cidadãos.

Leitura fundamental para a compreensão do quadro de formação de opinião no contexto contemporâneo em suas múltiplas vertentes, o livro, fruto do XIII Congresso Abrapcorp, confirma a entrega do papel da entidade em pautar debates, abrir frentes de discussão e devolver pensamento científico a uma sociedade permeada por sofomania¹.

¹ Mania de passar por sábio, com hierarquia do conhecimento sobreposta por consultas ligeiras.