

A ameaça orwelliana na era da informação

Não deixa de ser irônico que, em plena era da informação e do ciberativismo, a sociedade se veja ameaçada pela sombra da mais assustadora distopia totalitária de nosso tempo: o monitoramento e o controle da informação e das ideias. Desde que George Orwell descreveu, no romance “1984”, um mundo controlado em que o passado histórico é derrotado pela disseminação de uma verdade oficial, o adjetivo orwelliano vem servindo para cunhar as tentativas de assalto às liberdades individuais impetradas por ditadores, demagogos e radicais de todos os matizes.

Recentemente, dois fatos contribuíram para recolocar na ordem do dia essa questão, que paira como uma ameaça: a disseminação de notícias falsas naquilo que um dia já se chamou de esfera pública e o gigantesco poder de monitorar quem publica o que e para quem exercido pela empresa de mídia chamada Facebook.

A vitória de Donald Trump nas eleições americanas de novembro passado mostrou a face sombria da sociedade em rede: notícias inventadas tendem a obter mais audiência do que os fatos apurados segundo procedimentos do jornalismo. Durante a campanha, conteúdos falsos criticando a candidata do Partido Democrata Hillary Clinton pipocaram pela web, difundidos por websites localizados na pequena cidade de Veles, na Macedônia, ex-república da Iugoslávia. Pouco depois das eleições, soube-se que a Rússia estava envolvida em ações de hackeamento dos computadores da sede do Partido Democrata, com a clara intenção de prejudicar a eleição da candidata.

A partir de então, tornou-se evidente que o ecossistema midiático, sucessor da velha esfera pública, era passível de disseminação de mentiras sob a forma de notícia. “A campanha presidencial de 2016 marcou um descolamento de fatos sem precedentes turbinado pela explosão de fake news, as falsas notícias veiculadas pelo duopólio digital planetário do Facebook e do Google”, escreveu a jornalista Lúcia Guimarães.

De forma crescente, o apelo às emoções e à opinião tendem a se sobrepor aos fatos, ou, pelo menos, às versões que circulam sobre os fatos. O consumo excessivo de mídias e canais de entretenimento embota a capacidade crítica e torna difícil o questionamento sobre as fontes ou o desenvolvimento de uma visão crítica quanto à relação entre interesse e expressão da opinião.

A crise do jornalismo tem muito a ver com o descrédito -- ou o abandono -- dos procedimentos éticos e das regras de apuração noticiosa que vivenciamos neste apogeu das redes sociais. Estas, aliás, não foram concebidas para separar os fatos dos boatos. A veiculação de falsas notícias é tão grave que o próprio Zuckerberg parece estar preocupado em criar recursos para que o usuário de sua rede -- que está longe ser

uma estrutura neutra, diga-se -- possa, por exemplo, levantar suspeita sobre um conteúdo veiculado.

Mas, de um modo geral, ainda estamos presos a uma concepção eufórica da sociedade em rede, e acreditamos (utopia libertária?) que estabelecer filtros é um forma de censura. Talvez estejamos esquecendo que a sociedade em rede, por si só, não garante a democratização da informação. Esta só floresce onde há liberdade e pluralidade de opiniões.

Mas não é só isso o que o Facebook nos revela. Já se foi o tempo em que podíamos nos referir à teia criada por Mark Zuckerberg, como uma simples rede social. O Facebook é hoje uma companhia de mídia que conta com mais de 1,8 bilhão de membros ativos. E seu apetite parece não ter fim: vai engolindo tudo o que vê pela frente, a começar pela atividade jornalística. “As mídias sociais não engoliram apenas o jornalismo. Engoliram tudo. Engoliram campanhas políticas, sistemas bancários, histórias pessoais, a indústria do lazer, o varejo, até o governo e a segurança”, anota Emily Bell.

Ao filtrar e distribuir as notícias e todo e qualquer conteúdo por meio de algoritmos, as empresas que operam multiplataformas, como a mais famosa das redes, acabam por monopolizar o controle sobre a distribuição de conteúdo. Como o jornalismo nas redes sociais ainda é uma operação inviável do ponto de vista econômico, o grande negócio acaba sendo mesmo o controle das plataformas. E isso já está nas mãos do Google e do facebook.

No entanto, o que essas empresas não fazem, por que isso requer alto custo, mas também por que não é da sua natureza fazê-lo, é investir na captação e na organização do conteúdo, ou seja, na produção de material noticioso. Afinal, produzir bom jornalismo requer tempo, dinheiro e expertise.

Se, por um lado, o processo de desintermediação promovido pela internet aberta e pela disseminação de conteúdo livre trouxe avanços para a democratização dos meios, por outro pode agravar ainda mais os mecanismos de financiamento das empresas jornalísticas. E isso pode ampliar ainda mais a precarização das condições de trabalho na imprensa, desregulamentando e fragilizando o próprio estatuto desta profissão. E isso, certamente, não interessa à sociedade.

Não obstante, se avançarmos para uma sociedade do tipo redacional, onde todos publicam ou replicam informações, sem filtro, curadoria ou intermediação, é a própria sobrevivência dos valores democráticos e dos direitos do individuo que estarão sendo solapados. Então, a metáfora distópica de George Orwell tomará o lugar da esfera pública e da livre circulação das ideias. Esperemos que a utopia libertária não conduza ao obscurantismo totalitário.

Referências:

BELL, E. O Facebook está engolindo o mundo. **Revista de Jornalismo ESPM**. São Paulo, abr./jun.2016, p.58-61.

GUIMARÃES, L. Falsas notícias. **O Estado de S. Paulo**, 18 dez. 2016. p. E-1.

PEREIRA, F. H.; ADGHIRNI, Z. L. O jornalismo em tempo de mudanças estruturais. **Intexto**. Porto Alegre, v.1, n.24, jan./jun. 2011, p. 38-57.

Mauro de Souza VENTURA

Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNESP

Editor geral da Revista Comunicação Midiática.