

A formação da opinião pública no novo cenário virtual do Jornalismo ¹³⁴

Priscilla Guerra Guimarães Bernardes ¹³⁵

Simone Antoniaci Tuzzo ¹³⁶

Dentro do campo da comunicação, um dos temas que mais dividiu teóricos ao longo do tempo, foi a *opinião pública*, com suas concepções e implicações. Dentro das investigações acadêmicas sobre o assunto é plausível destacar que o surgimento dos modernos meios de comunicação emergiu para incrementar ainda mais os dilemas pré-existentes, especialmente por direcionar os estudos para a formação da *opinião pública*, vista então como fenômeno social construído, com variadas possibilidades de influência, vasto alcance estatístico e profunda ênfase nas relações sócio-políticas.

No desenvolvimento evolutivo dos meios de comunicação, a recente chegada da internet também trouxe inúmeras transformações no tecido social, principalmente no processo de formação da opinião pública. Sua característica interativa e ágil revolucionou os fluxos comunicacionais e viabilizou a inserção de novas vozes no debate público. Por meio desta abertura e pluralidade, novos líderes de opinião ascenderam no espaço virtual, disputando a influência de amplo alcance com os meios de comunicação tradicionais.

Lemos e Levy (2010) destacam que a liberação da palavra garantiu a livre expressão na web (redes sociais, e-mails, blogs) o que retirou das mídias de massa o monopólio na formação da opinião pública (sobretudo no tocante aos formadores de opinião) e da circulação de informações. Tal relevância não se dá apenas no campo das

¹³⁴ Trabalho apresentado na 8ª FEICOM – Congresso e Feira de Informação e Comunicação, realizado no período de 27 a 29 de maio de 2015, em Goiânia – GO.

¹³⁵ Priscilla Guerra Guimarães Bernardes - Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação – PPGCOM, da Faculdade de Informação e Comunicação – FIC, da Universidade Federal de Goiás – UFG. Especialista em Marketing e Comunicação Digital pela Faculdade Cambury. Graduada em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás. Trabalho desenvolvido na linha de pesquisa Mídia e Cidadania – PPGCOM – UFG. E-mail: priscillaguerra@hotmail.com

¹³⁶ Simone Antoniaci Tuzzo - Doutora em Comunicação pela UFRJ. Mestre e Graduada em Comunicação pela UMEP. Professora efetiva do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGCOM, da Faculdade de Informação e Comunicação – FIC, da Universidade Federal de Goiás – UFG. Trabalho desenvolvido na linha de pesquisa Mídia e Cidadania – PPGCOM – UFG. E-mail: simonetuzzo@hotmail.com

ideias e discussões balizadas pelos novos líderes de opinião espalhados nos grupos virtuais. Mazzotti e Campos (2011) demonstram isso ao analisarem o desdobramento físico das pautas partilhadas e debatidas na internet dentro de grandes contextos mundiais, como as revoluções políticas no mundo árabe. Destacando a queda dos líderes políticos Hosni Mubarak (Egito) e Bem Ali (Tunísia), os autores comprovam que por meio do ativismo virtual, novos formadores de opinião contra-hegemônicos conseguiram mobilizar e impulsionar rupturas na sociedade após décadas de dominação e apatia.

Mainiere (2014) corrobora ao tratar das manifestações no Brasil, ocorridas em 2013, aferindo que ao serem agendadas dentro das redes sociais foram capazes de consolidar a ocupação das ruas de várias capitais do país contra o aumento nas tarifas de transporte coletivo propostas na ocasião, fazendo com que os governos estaduais desistissem do reajuste.

Atualmente, novamente se viu a ocupação das ruas brasileiras em março e abril de 2015, fomentadas a partir das redes sociais, com resultado estrondoso em termos quantitativos. Entretanto, nestas recentes manifestações, apesar da uníssona insatisfação popular, não se viu um discurso predominante, o que dificultou até mesmo sua nomeação pela mídia tradicional, intituladas de várias maneiras pelos veículos de imprensa.

O que se viu nas ruas (demonstrado pelas imagens da cobertura dos protestos no acervo do Google imagens) foi algo tão plural como a própria internet, fonte das manifestações. De pessoas reivindicando mais transparência nas investigações de corrupção até pedidos da intervenção militar. Os mais diversos nomes políticos ocuparam os cartazes e os dizeres deixaram confuso quem quis compreender o que concretamente queriam as milhares de pessoas que saíram às ruas.

A ideia deste trabalho é traçar um panorama comparativo entre as manifestações de 2015, e os movimentos sociais ocorridos em 1984 (Diretas Já) e 1992 (Fora Collor). O objetivo é demonstrar como a existência da internet abriu espaço para que novos líderes de opinião exercessem influência em grupos distintos da sociedade, se fortalecendo a

partir da fragmentação de interesses específicos, deixando assim, de competir pelo espaço midiático.

Sob a luz das manifestações de 1984 e 1992 é possível verificar o papel da mídia como organizadora do discurso dos líderes de opinião, a começar pela capacidade de pautar um mesmo intuito em todos os manifestantes, nomeando com este objetivo o movimento e centralizando as demandas da massa em questão. Nos vestígios imagéticos vinculados aos movimentos sociais de 1984 e 1992 (também do acervo do Google imagens) se encontra pouca ou nenhuma variação nos cartazes e na postura dos protagonistas, ao contrário das manifestações de 2015.

Ancorados num confronto entre direitos civis e sócio-políticos (fundamentais à plenitude, segundo Marshall, 1967) pretende-se dentro deste trabalho, refletir sobre a pluralidade e liberdade de expressão dilatada pelos ambientes virtuais, significando ganho de direitos civis, e também sobre até que ponto a multiplicidade de vozes limitou a atuação concreta dos movimentos sociais de 2015 em termos políticos e sociais, que ao apresentarem tantos objetivos, dispersaram o diálogo e acabaram sem êxito prático.

Referências Bibliográficas

LEMOS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da internet:** em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

MAINIERI, Tiago. **A cidade tecida sem fios.** In: Comunidade, Mídia e Cidade. PAIVA, Raquel. TUZZO, Simone Antoniaci (orgs). FIC. 2014.

MARSHALL, T.H. **Cidadania, Classe Social e Status.** Rio de Janeiro. Zahar Editores. 1967.

MAZZOTTI, A. J. A. CAMPOS, P.H.F. **Cibercultura: uma nova era das representações sociais.** In: Teoria das Representações Sociais. 2011.

Referências Eletrônicas

Manifestações 1984 Brasil

<https://www.google.com.br/search?q=manifesta%C3%A7%C3%A3o+2015+g1++corrup%C3%A7%C3%A3o&biw=1920&bih=955&tbm=isch&source=lnms&sa=X&ei=y6o1Vb>

[ntFIImNsAXKoYCACw&ved=0CAGQ_AUoAw&dpr=1#tbm=isch&q=1984+manifesta%C3%A7%C3%A3o+Brasil](https://www.google.com.br/search?q=manifesta%C3%A7%C3%A3o+Brasil&ved=0CAGQ_AUoAw&dpr=1#tbm=isch&q=1984+manifesta%C3%A7%C3%A3o+Brasil)

Manifestações 1992 Brasil

https://www.google.com.br/search?q=manifesta%C3%A7%C3%A3o+2015+g1++corrup%C3%A7%C3%A3o&biw=1920&bih=955&tbm=isch&source=lnms&sa=X&ei=y6o1VbntFIImNsAXKoYCACw&ved=0CAGQ_AUoAw&dpr=1#tbm=isch&q=1992+manifesta%C3%A7%C3%A3o+Brasil

Manifestações 2015 Brasil

https://www.google.com.br/search?q=manifesta%C3%A7%C3%A3o+2015+g1++corrup%C3%A7%C3%A3o&biw=1920&bih=955&tbm=isch&source=lnms&sa=X&ei=y6o1VbntFIImNsAXKoYCACw&ved=0CAGQ_AUoAw&dpr=1#tbm=isch&q=2015+manifesta%C3%A7%C3%A3o+Brasil

A juventude dita e interdita: universos juvenis na abordagem midiática

Ana Clara Gomes Costa¹³⁷

Luciene de Oliveira Dias¹³⁸

Como uma referência e categoria social idealizada, a juventude é sempre utilizada como componente ou personagem de matérias e reportagens jornalísticas sobre variados assuntos. Ela ocupa o lugar de modelos a serem seguidos ou não, de acordo com outras categorias sociais que a formam, como classe social, gênero, etnia, raça e cultura, que, por sua vez, coadunam para que a juventude não exista em unicidade, e sim seja formada por múltiplas juventudes ou múltiplos grupos juvenis. Dentro do jornalismo, a juventude é retratada e veiculada formulando os polos dos jovens exemplares, dignos de serem copiosamente seguidos e alcançados, e dos jovens

¹³⁷ Mestranda em Comunicação pela Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás. E-mail: anaclage@hotmail.com

¹³⁸ Orientadora do trabalho. Doutora em Antropologia Social pela Universidade de Brasília (UnB) e professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás. E-mail: lucienediasj@gmail.com