



E QUANDO O CIDADÃO ABRE MÃO DO DIREITO À INFORMAÇÃO?

Relato de experiência de uma ação em andamento dentro projeto *Observatório do Direito à Informação (ODI.jor): Produção, pesquisa e extensão em jornalismo*

Edson Luiz SPENTHOF¹

(Universidade Federal de Mato Grosso – UFMT –, Campus Universitário do Araguaia)

INTRODUÇÃO

Este Resumo Expandido visa relatar a experiência de uma ação desenvolvida dentro do projeto criado pelo autor em 2022, sob a denominação *Observatório do Direito à Informação (ODI.jor): Produção, Pesquisa e Extensão em Jornalismo*. Trata-se de uma enquete/sondagem realizada pela equipe do projeto entre maio e junho de 2022 com a população de Barra do Garças (MT) e que revelou, em linhas gerais, que boa parte dos entrevistados **abre mão do seu direito à (receber) informação**.

O objetivo da enquete era o de servir de assunto a ser repercutido entre os convidados de um programa de televisão no formato mesa-redonda a ser gravado e veiculado antes das eleições gerais de 2022. A atividade acabou sendo realizada somente em outubro desse ano, no formato de presencial, mas preservando o mesmo tema: *Eleições e democracia: O que o eleitor tem o direito de saber e a mídia e o poder público, o dever de informar*. O resultado da enquete foi divulgado pela primeira neste evento.

Chamou muita atenção o fato de cerca de um quinto (20%) dos entrevistados terem respondido com muita tranquilidade que não se preocupam com disseminação de desinformação (*fake News*²) pelos candidatos, que não fazem suas escolhas eleitorais com base nos históricos, nas ideologias, nas afiliações partidárias e coligações, nos recursos de financiamento das campanhas dos candidatos, entre outras. Para 12,6% dos entrevistados, nem as propostas dos candidatos é preciso saber.

¹ Doutor em Comunicação/Jornalismo pela UnB, professor do curso de jornalismo do Campus Universitário do Araguaia da UFMT, Barra do Garças, Mato Grosso, edsonspenthof@uol.com.br.

² Apesar de ser um estrangeirismo, adotamos a expressão *Fake News*, aqui, porque é forçoso reconhecer a sua simbologia e o contexto ao qual remete, diferentemente da palavra *desinformação*, aparentemente *mais fraca* e *ingênua* e menos grave, forte, virulenta e nefasta que a ideia por trás de *Fake News*, largamente disseminada pelas redes sociais e pelas plataformas de tecnologia, as *big techs*. Por outro lado, nunca deixamos de assinalar a contradição interna na própria expressão: “se é fake não é News e se é News não é fake”.



Um aspecto inicialmente colateral à enquete, embora preocupante, revelou-se, depois, mais central nas análises: em alguns locais de aplicação presencial dos questionários, os estudantes-membros do projeto foram hostilizados verbalmente com expressões, algumas proferidas aos gritos, como “parem com isso, vão para casa fazer algo útil!”, “você não tem nada de importante a fazer?”, “desordeiros, esquerdistas, comunistas, drogados”. Trata-se de algo que não aparece nas respostas da enquete, mas faz parte do mesmo “caldo de cultura” vivido pelo Brasil de 2022/23³ e de muito antes, e, por isso, pode estar relacionado ao conteúdo das respostas, como explicação plausível para o seu teor, já por isso mesmo não mais tão surpreendente assim.

Então, este Relato de Experiência pretende expor a ação (enquete), o projeto dentro do qual foi concebida e realizada e apontar possíveis hipóteses para questões teóricas e políticas importantes: (1) quão novos e surpreendentes podem ser considerados os resultados da enquete e a agressividade com que parte dos seus executores foi tratada? (2) Quão perigosos são para a cidadania, para a democracia e para o jornalismo? Qual parte neste *latifúndio* de *fake News* e pós-verdade cabe ao ensino, à pesquisa e à prática profissional e empresarial do jornalismo? Em se concluindo que o cenário é preocupante, o que é possível fazer?

DETALHAMENTO DA AÇÃO E DO PROJETO

Trata-se de uma enquete. Portanto, não é pesquisa estatisticamente orientada, como o são as pesquisas dos institutos de opinião pública. Estes estruturam seus levantamentos com base em amostragens socioeconômicas concretas da população. É por isso que conseguem, com poucos questionários aplicados (entre dois e três mil), generalizar as respostas para o conjunto da população ou do eleitorado, e chegar bem próximo do resultado concreto das eleições, dias depois.

Mesmo assim, a enquete é instrumento válido por representar determinada realidade. Além disso, foi submetida à análise na mesa-redonda mencionada, da mesma forma que o faz o jornalismo quando a submete ao crivo de fontes especializadas. Outro aspecto importante é o fato de que se procurou contemplar a opinião de diferentes segmentos da sociedade barra-

³ Também em 2022, uma equipe do instituto DataFolha quase impedida de realizar o trabalho por não entrevistar os seus detratores, sob a lógica, verbalizada desde o presidente da República e candidato a reeleição, Jair Bolsonaro, de que os institutos de pesquisa estavam a serviço dos candidatos da esquerda e que só ouviam os eleitores já identificados com essas candidaturas. Muitos casos semelhantes vêm sendo denunciados.



garcense, mediante a aplicação do questionário em locais, em tese, frequentados por todos os segmentos sociais, como bancos, supermercados, shopping, feira etc.⁴

Mas o aspecto mais relevante é que os resultados aqui classificados como, ao menos, preocupantes, são, por si só, representativos. Afinal, as 32 pessoas, de um total de 167, que afirmaram não se preocupar com o fato de a propaganda dos candidatos ser, eventualmente, falsa, e de não ser importante que a mídia faça checagem, poderiam ter respondido o contrário. Em verdade, bastaria uma resposta *não* para chamar a atenção.

Depois de levantar dados relativos ao perfil socioeconômico dos entrevistados, foi apresentada a eles a seguinte pergunta: “**Quais informações sobre eleições você considera ser direito do cidadão e do eleitor e dever da imprensa, dos órgãos públicos e dos candidatos?**”.

1 - Significado das ideologias políticas (esquerda, centro, direita) e seus respectivos partidos no momento e na história: Sim: 82%, Não: 18%; 2 - As uniões, coligações e federações formadas para esta eleição: Sim: 76,6%, Não: 23,4%; 3 - Perfil claro dos candidatos: idade, escolaridade, profissão ou atividade econômica, patrimônio, ideologia política, funções privadas e públicas já exercidas e suas principais marcas: Sim: 80,8%, Não: 19,2%; 4 - As propostas dos candidatos e se são possíveis de realizar: Sim: 87,4%, Não: 12,6%; 5 - Informações sobre o que faz um deputado estadual, deputado federal, senador, governador, presidente: Sim: 83,8%, Não: 16,2%; 6 - Pesquisas de Intenção de voto: Sim: 63,5%, Não: 36,5%; 7 - Checagem de mentiras espalhadas pelos candidatos e pelos cidadãos em geral: Sim: 80,8%, Não: 19,2%; 8 - Problemas e desafios a serem enfrentados pelos eleitos: Sim: 77,2%, Não: 22,8%; 9 - Financiamento (origem do dinheiro) e previsão e gastos reais de campanha: Sim: 82,6%, Não: 17,4%.

Como já dito, trata-se de uma ação desenvolvida dentro do *Observatório do Direito à Informação (ODI.jor): produção, pesquisa e extensão em jornalismo*, implantado em 2022 de forma experimental. O projeto está estruturado sobre três núcleos, perfeitamente articulados entre si, de maneira que, raramente, uma ação se desenvolve ou se esgota somente em um deles:

⁴ Assim, embora o projeto não trabalhe a ideia de generalização dos resultados para toda a cidade, no plano ao menos hipotético, isso não parece tão absurdo, ainda mais se considerado que há coincidência entre os resultados da enquete e o das últimas eleições presidenciais, vencidas, na cidade, por Jair Bolsonaro, justamente aquele que vem sendo apontado por diversos organismos, como a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) como aquele que estimula a descredibilização da informação e do conhecimento.



Núcleo de Produção Jornalística (NPJor.DI), Núcleo de Pesquisa Científica (NPqJor.DI) e Núcleo de Extensão Jornalística (NExJor.DI).

Baseado no conceito de Gentilli (2005), de que o direito à informação é um *direito-meio* para a realização de outros direitos, e de De Góis (2012), para quem o direito à informação é um direito *fundamentalíssimo*, o projeto visa ser um elo entre o curso de jornalismo e a sociedade na melhoria geral dos índices de respeito ao direito à informação ajudando-a, inclusive, a constituir ferramentas próprias de monitoramento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Depois de não concordar, por anos, com a sentença de que o jornalismo e a profissão estariam no fim, por conta das possibilidades das novas tecnologias colocadas a serviço do cidadão, em 2017, ao participar de uma mesa-redonda do curso de jornalismo, este autor afirmou: “a única coisa que, por enquanto, vejo com potencial para acabar com o jornalismo e com a profissão do jornalista, como a conhecemos, é se o cidadão deixar de querer esse tipo de informação”.

Tratava-se, como se viu depois, mais do que um pretense vaticínio, de uma estrondosa ignorância, que, aliás, assolou boa parte da Academia: a negação da informação e do conhecimento, ou sua alienação para (e substituição por) teorias conspiratórias, *Fake News*, verdades adaptadas ao sistema de crenças preexistente e outros problemas já estava em curso há um bom tempo. Um cenário que reconfigurou, ao menos momentaneamente, em diversos países, as esferas públicas social e política.

Então, retomando as questões levantadas na introdução, podemos adiantar, primeiro, a hipótese de que a parcela da população que respondeu *não* às questões postas na enquete relatada está abrindo mão do seu direito à informação. Ou **alienando** esse direito aos criadores desse ambiente de pós-verdade em que vivemos, caracterizado, essencialmente, pela disseminação massiva de *Fake News*. E isso significa sério risco à democracia e ao jornalismo, pois sem público interessado, não há para quem produzir e divulgar conhecimento, jornalístico ou científico.

E há parcela de culpa do ensino de jornalismo e dos pesquisadores das ciências humanas e sociais em geral, porque, ao longo de muito tempo, vêm relativizando em excesso as noções de verdade, deixando de afirmar, para os futuros jornalistas e para a sociedade, que ela existe e é possível, embora de forma intersubjetiva, como apontam, entre outros, Guerra (1998) e MEDITSCH (2001), e sob uma de suas diversas tradições, como aponta TAMBOSI (2007):



como correspondência entre o dito e o referente nele mencionado. O que se precisa resolver em teoria é: se não existe verdade, como vamos cobrá-la de alguém? E é comum, entre os contemporâneos negacionistas, refutar a informação e o conhecimento consolidados e comprovados histórica e cientificamente com base, precisamente, nesse relativismo que faz tudo parecer mero ponto de vista.

Por um lado, a crise de credibilidade no jornalismo profissional/comercial deriva da sua boa e correta atuação, pois, em tempos de pós-verdade, é preciso fazer os fatos caberem e se adaptarem ao sistema de crenças de cada um. Por outro, parece derivar da negligência e do mesmo relativismo, que parece justificar a excessiva tomada de posição, ou de reforço de diversos tipos de preconceitos e ódio. A culpa, então, também é desse segmento, como demonstram alguns fatos já apontados, como a cobertura da operação lava-jato, das reformas da previdência, trabalhista e tributária, a PEC do teto de gastos etc., em que o contraditório desapareceu da mídia.

E o que é possível fazer? Parece ser necessário um pacto interdisciplinar dentro das universidades no sentido de identificar bem e detalhadamente as origens e consequências do problema e de elaborar estratégias e ferramentas de ação para combatê-lo. No caso específico do jornalismo, que tal criarmos estratégias que expliquem publicamente o fazer jornalístico, resgatarmos o velho e bom jornalismo e seus valores e métodos e contextualizarmos adequadamente as noções de verdade e de objetividade, jornalísticas? Afinal, jornalista não é caça-fantasmas, isto é, não consegue perseguir o que não existe. E teoria da relatividade caiu muito bem a Einstein e à Física; não aos jornalistas e ao jornalismo.

REFERÊNCIAS

- DE GÓIS, Veruska Sayonara. **O direito à informação jornalística**. São Paulo: Intermeios, 2012.
- GENTILLI, Victor. **Democracia de massas: Jornalismo e cidadania**: estudo sobre as sociedades contemporâneas e o direito dos cidadãos à informação. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005.
- GUERRA, Josenildo Luiz. Entrevista a GENTILLI, Victor. **Uma defesa consistente da objetividade jornalística**. São Paulo: Observatório da Imprensa, 20/11/1998. Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/jd201198a.htm>.
- MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação**: teoria e técnica do novo radiojornalismo. Florianópolis: Insular, Ed. Da UFSC, 2001.
- TAMBOSI, Orlando. Jornalismo e teorias da verdade: In: **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo, v.30, n.1, p. 35-48, jan./jun. 2007.