

Modalidade do trabalho: Ensaio teórico

Evento: XXI Jornada de Pesquisa

UM OLHAR SOBRE A MODERNA MUDIATIZAÇÃO FRENTE AO DIREITO À INFORMAÇÃO¹

Erni Bernkopf², Eloísa Nair De Andrade Argerich³.

¹ Trabalho de pesquisa realizado em 2016, como parte de estudos de pesquisa independente, com a colaboração e orientação da professora Ma. Eloísa Nair de Andrade Argerich, elaborado para apresentação no Salão do Conhecimento Unijuí 2016.

² Graduando em Direito pela Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (Unijuí/RS); Departamento de Ciências Jurídicas e Sociais (DCJS). E-mail: psilva139@yahoo.com.

³ Docente do curso de Direito da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (Unijuí/RS); Mestra em Desenvolvimento e pesquisadora extensionista da Itesol no Projeto Economia Solidária e Cooperativismo na Região de Ijuí, RS. E-mail: argerich@unijui.edu.br.

Introdução

É inegável que a mídia – falada, escrita ou em qualquer outro meio que se propague – tenha uma real e concreta importância nas relações sociais estabelecidas no cotidiano. O processo possibilita que o indivíduo, em qualquer lugar do mundo, possa se comunicar, ou obter informação em tempo real. Este novo processo, todavia, tornou-se também caminho para que os grandes detentores do poder pudessem granjear a massa com suas concepções e objetivos, conduzindo, assim, o coletivo e o individual de cada um, de acordo com seus interesses.

Deste modo, pretende-se dispor primeiramente sobre o surgimento e a utilização do moderno conceito de mídia e, em seguida, refletir sobre a sua instituição no país, bem como a postura adotada em momentos oportunos de instabilidade política e nos movimentos sociais. Por derradeiro, o objetivo principal é relacionar a mídia com a exploração dos direitos individuais, que tem provocado grandes impactos nas reações das massas sociais que respondem de um ou de outro modo a tal incentivo.

Metodologia

O processo de pesquisa e a coesão das ideias se deram por meio da busca de um referencial sobre o tema proposto, baseado em autores doutrinários com suas respectivas teses, bem como no conteúdo de periódicos, pesquisas bibliográficas em meios físicos, na internet e na legislação vigente, mediante a utilização do método de abordagem hipotético-dedutivo. A procedência de fatos concretos e motivações exploratórias de informações, contudo, ocorreram a partir de uma análise crítica do cenário político-cultural em que o Brasil vive contemporaneamente e a exploração midiática do direito à informação e liberdade de expressão, corroborados pela ação do poder midiático.

Resultados e Discussão

Modalidade do trabalho: Ensaio teórico

Evento: XXI Jornada de Pesquisa

A mídia, desde o seu surgimento como moderno conceito de meios de comunicação, detém um papel fundamental na construção da sociedade, seja ela local ou mundial. Seus objetivos, entretanto, aumentaram ao decorrer dos anos e, hodiernamente, tem-se a mídia também como um veículo transformador e tendencioso aos fatos que lhe são mais ou menos favoráveis.

A estrutura contemporânea, denominada “mídia”, ou segundo o teórico da área de comunicações, Mauro Wolf, o “mass mídia”, tem sua gênese (na América) nas décadas de 1920 a 1940, nos Estados Unidos. Neste primeiro momento, os objetivos deste novo meio informativo na área da comunicação foram as pesquisas que tinham por objeto as intenções políticas e sociais do indivíduo como pertencente a um grupo social, e também a comunicação interna e externa que ali se estabelecia. Por conseguinte, nas décadas de 1950 e 1960, e mais incisivamente após os anos 70, o objeto desses estudos tendeu a mudar o seu foco, passando a analisar os efeitos que esses novos meios de comunicação estavam despertando em seus usuários (WOLF, 1999).

Neste período, a televisão e o rádio já detinham a maioria da atenção e do espaço do indivíduo em sua realidade e, segundo Wolf (1999), o “mass mídia” tendenciava fortemente a construir a imagem de grandes líderes. Começava aqui, mais especificamente, a operar como moldadora de uma realidade construída por ideias e concepções oriundas de seus propagadores. Ou seja, tinha início a intervenção do novo processo informativo – a mídia, nas relações tanto sociais como particulares do indivíduo, alterando com isso, e muitas vezes sem perceber, a sua realidade e a sua liberdade de gerir e formar suas concepções.

Esta intervenção vem crescendo nas últimas décadas, e Manuel Castells (2002, p. 35) observa que “nas sociedades contemporâneas, as pessoas recebem suas informações e formam suas opiniões políticas, essencialmente através da mídia e fundamentalmente da televisão.” Isto mostra o quanto esses novos meios detêm o poder stricto sensu de construir situações e ideais que lhes favoreçam.

Para o linguista e filósofo norte-americano Noam Chomsky, os novos meios de comunicação se relacionam com uma nova concepção de democracia, diferente do seu significado tradicional. Ele a descreve como “aquela que considera que o povo deve ser impedido de conduzir seus assuntos pessoais e os canais de informação devem ser estrita e rigidamente controlados. Essa pode parecer uma concepção estranha de democracia, mas é importante entender que ela é a concepção predominante.” (CHOMSKY, 2013, p. 10).

Necessário ressaltar que a mídia exige um aparato sofisticado para que a comunicação possa ser realizada, considerada um símbolo da modernidade, na qual rádios, jornais, canais de televisão, internet, são meios de circulação de informações, dados e interação entre os cidadãos. Assim, Venício Artur de Lima (2004, p. 50) a descreve como um “conjunto das instituições que utilizam tecnologias específicas para realizar a comunicação humana. Vale dizer que a instituição mídia implica sempre a existência de um aparato tecnológico intermediário para que a comunicação se realize.” E este processo, fruto da modernidade, abrange não só os meios tradicionais de comunicação, mas, segundo Lima (2004, p. 51), “quando falamos da mídia estamos nos referindo ao conjunto de emissoras de rádio e televisão (aberta e paga), de jornais e de revistas, do cinema e das outras diversas instituições que utilizam recursos tecnológicos na chamada comunicação de massa.”

Com isso, pode-se afirmar que a mídia constitui-se numa ferramenta da produção, circulação e consumo de informações e os usuários utilizam esse novo espaço para a sua comunicação e expressão, fundamentais para a democracia de um povo. Caracteriza-se, também, como um

Modalidade do trabalho: Ensaio teórico

Evento: XXI Jornada de Pesquisa

conjunto de empresas sob o ideal capitalista, que devido às suas operações consegue forjar personagens e fatos concretos, transcendendo, muitas vezes, a realidade. Seu objetivo visa à massa social, tornando-se assim um meio, primeiramente importante para a contemporaneidade, mas também perspicaz no que tange à violação da realidade dos fatos e, por conseguinte, das liberdades individuais de expressão e criação das próprias ideologias, tanto políticas, quanto sociais.

No que se refere à mídia brasileira, sua gênese ocorreu num período bem conturbado no país. No íterim de 1964 a 1985, a então Ditadura Militar consolidou a mídia com o intuito formal de garantir a segurança nacional e de mercado, mas também com interesse subjetivo de manter a massa sob controle, empregando o uso da censura para tal fim (RUBIM; COLLING, 2004). Talvez o único ponto positivo neste período tenha sido a criação estrutural dos modernos meios de comunicação. Começa aqui uma crescente implantação de novas formas de comunicação com a massa, mediante toda uma nova infra-estrutura material e também ideológica para alcançar cada vez mais todos os indivíduos, a fim de que estes absorvessem uma suposta “legitimidade” do modo como estava sendo gerido o país. Assim, Antonio Albino Canelas Rubim (2004, p. 115) considera:

No Brasil, curiosamente, as questões relativas à emergência destes movimentos estratégicos são contemporâneas ao ciclo autoritário, pois é sabido que a midiaticização do discurso político começa a se dar, de forma sistemática, naqueles processos em que o regime militar buscava a sua popularização/legitimação através de campanhas publicitárias elaboradas no “laboratório comunicacional” da Assessoria Especial de Relações Públicas – AERP. [...] no Brasil, as potencialidades de investimentos de sentidos de várias mídias foram, de fato, mobilizadas pelas estratégias de comunicação política neste ciclo político.

Ao longo desses 21 anos de Ditadura Militar, a mídia cresceu muito no país, e hoje se tem impérios gigantescos, embora nas mãos de poucos, fruto deste período e seu significativo avanço. Os meios de comunicação social (rádio, televisão e circulação de jornais) ascendiam se não a todos, mas a maioria, ao alcance das propostas políticas. E com o auxílio de novos mecanismos – como horário eleitoral obrigatório e maior alcance dos comícios, auxiliados pela televisão, estrutura partidária mais robusta, agentes públicos para a popularização das ideologias partidárias– a mídia, notoriamente, em suas transmissões, vinculou os ideais políticos e sociais de seus mantenedores, além de atentar aos direitos fundamentais de cada indivíduo com sua imposição ideológica, agindo assim com duplicidade. Neste sentido, Antonio Albino Canelas Rubim e Leandro Colling (2004, p. 32) apontam que “[...] o campo das mídias e a TV [...] não só narram, mas agem sobre o espaço político, avocando a si, muitas vezes, a condição de um poder a partir do qual põe em funcionamento estratégias de onde se aponta os caminhos e os destinos da política e os dos seus atores.”

Nesta linha, Castells, em seu livro “A Sociedade em Rede” (2002), afirma sem sombra de dúvidas que “[...] nas sociedades contemporâneas, as pessoas recebem suas informações e formam as suas opiniões políticas, essencialmente, através da mídia e fundamentalmente da televisão [...]”, o que pode levar à constatação que o processo informativo, a cada dia que passa, circula de forma muito rápida, atrativa e de fácil entendimento, provocando mudanças no comportamento das pessoas em termos de comunicação e liberdade de expressão.

Modalidade do trabalho: Ensaio teórico

Evento: XXI Jornada de Pesquisa

A mídia exerce, hodiernamente, além de sua função principal de informar, de divulgar dados e fatos ao público, uma atuação um tanto manipulativa desses fatos ou informações. Tal investida por parte desses meios acaba por nortear uma linha de pensamento à massa que, conseqüentemente, absorve esta realidade moldada, alterando suas concepções de realidade e perdendo a liberdade de se autogerir.

O país se encontra, atualmente, em um momento de instabilidade e descrédito diante não só dos detentores do poder político, mas em quase todos os campos sociais e culturais da sociedade em geral. De tal sorte que este cenário propicia aos meios comunicativos, juntamente com o Estado, o uso de um método benéfico, logicamente aos seus interesses, que Chomsky, descreve como “problema-reação-solução”. Este método prevê, segundo ele, a criação de certos problemas, situação incômoda à sociedade, para que esta, por sua vez, aceite ou proclame as ações de retrocesso dos direitos sociais e o desmantelamento dos serviços públicos. Um exemplo do uso desse método, que muito se encontra hodiernamente, identificados ou anonimamente dispersos na mídia, são os pedidos pela volta do regime militar, com a justificativa de que este modo totalitário acabaria com a crise institucional instalada no Brasil.

Tais artifícios de manipulação social, ou segundo Chomsky (2013, p. 15), esta “democracia de espectadores”, acaba por introduzir nas opiniões da massa, assuntos dos quais ela não detém aprovação, construindo uma alterada realidade, tanto individual, quanto coletiva.

Esta realidade é assim descrita por Walter Lippmann (apud CHOMSKY, 2013, p. 16): “os interesses comuns escapam completamente da opinião pública e só podem ser compreendidos e administrados por uma classe especializada de homens responsáveis que são suficientemente inteligentes para entender como as coisas funcionam.” Ou seja, apenas uma pequena elite é capaz de gerir os interesses do Estado, juntamente com os seus próprios, usando a mídia para controlar a sociedade, para que esta consinta com seus objetivos impostos. Lippmann defende tal concepção com uma teoria que ele denomina “teoria da democracia gradual bem elaborada.” Nesta, ele argumenta que existem classes entre os cidadãos, e uma delas precisa assumir um papel na gestão pública e social do interesse público, que é a classe especializada em um grupo menor, enquanto a outra é denominada de “rebanho desorientado”. Aquela se preocuparia em manipular os interesses de todos, administrando os sistemas político, econômico e ideológico da sociedade, enquanto esta participaria apenas como expectadora, e apenas participaria das ações quando aquela permitisse transferir apoio a membros da classe especializada. Ou seja, mediante a eleição em que todos os cidadãos participariam, voltando após este fato a serem meros expectadores e teriam de absorver o ideário da classe especializada.

Anote-se, por derradeiro, que a mídia, hodiernamente, está presente na sociedade, e indiscutivelmente, é um importante meio para tudo. Avocou para si, contudo, uma posição que violenta os direitos individuais do cidadão, quando passou a agir e estruturar as opiniões da sociedade. Chomsky (2013, p. 13) diz que “a propaganda política patrocinada pelo Estado, quando apoiada pelas classes instruídas e quando não existe espaço para contestá-la, pode ter consequências importantes.”

Conclusão

Modalidade do trabalho: Ensaio teórico

Evento: XXI Jornada de Pesquisa

O surgimento da mídia como um novo processo informacional é fruto da modernidade, tanto na América como em toda a sociedade mundial, e aprimorou os conceitos de propaganda política, a formação de opinião pública, dos partidos políticos e de outros mecanismos que produzem e exercem o poder político e social nas sociedades. Esta transformação, contudo, acarretou também uma desvinculação do seu real propósito que, em sua gênese, era fazer com que o indivíduo receptor da informação entendesse, conhecesse e viesse a adquirir o conteúdo transposto.

É indiscutível que o processo de comunicação midiático aprimorou toda a evolução da modernidade em questões organizacionais, políticas e sociais. A mídia, porém, mostra-se um crescente instrumento de persuasão, manipulação e formação de opinião dentre os vários campos do convívio social, político e cultural. Dado ao exposto comprova-se que muitos dos confrontos ideológicos, alguns impasses sociais, além dos conglomerados empresariais, originam-se deste desvio funcional prático, no qual as informações têm como objetivo interferir na liberdade de informação, expressão e opinião dos indivíduos.

Palavras-chave: Comunicação. Liberdade de expressão. Mídia. Opinião pública. Persuasão.

Referências

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

CHOMSKY, Noam. Mídia, propaganda política e manipulação. Trad. de Fernando Santos. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2013.

LIMA, Venício Artur de. Sete teses sobre a relação mídia e política. Revista USP. São Paulo, n.61, mar./maio 2004, p. 48-57.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Comunicação e política. In: NETO, Antônio Fausto. Discurso político e mídia. Salvador: Ed. UFBA, 2004, p. 105-126.

_____; COLLING, Leandro. Mídia e eleições presidenciais no Brasil pós-ditadura. Plataforma Democrática. Rio de Janeiro, 2004. Disponível em: <<http://www.plataformademocratica.org/Publicacoes/16874.pdf>>. Acesso em: 25maio 2016.

WOLF, Mauro. Teorias da comunicação. 5. ed. Trad. de Maria Jorge Vilar de Figueiredo. Lisboa: Editorial Presença, 1999.