

**O PROCESSO INFORMATIVO E A EXPLORAÇÃO MIDIÁTICA DO DIREITO À
INFORMAÇÃO: A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA FORMAÇÃO
DA OPINIÃO PÚBLICA**

*THE INFORMATIVE PROCESS AND THE MEDIATIC EXPLOITATION OF THE RIGHT TO
INFORMATION: THE INFLUENCE OF THE MEDIA IN THE FORMATION OF PUBLIC
OPINION*

Luiz Gonzaga Silva Adolfo*

Lais Michele Brandt**

RESUMO: O estudo expõe o resultado de uma pesquisa bibliográfica, realizada com base no método dedutivo e técnica de pesquisa bibliográfica sobre a o processo informativo e a exploração midiática do direito à informação, na formação da opinião pública. Em síntese, busca analisar a evolução da comunicação frente aos diferentes períodos da história, abordando aspectos referentes à influência de ideias e de opiniões que ocorrem por meio da comunicação e interação de indivíduos de camadas distintas, que por sua vez não é um fruto da contemporaneidade. Assim, o presente trabalho destina-se a responder se o processo informativo e a exploração mediática acabaram se transformando em um mecanismo de manipulação de formação de opinião? E para chegar a uma resposta pretende-se expor como os meios de comunicação lidam e distribuem as informações obtidas em face ao cenário político e cultural, no qual o país se encontra inserido. Objetiva-se, também, demonstrar que a mídia, seja, falada, escrita, televisiva ou via internet ao mesmo tempo em que é um mecanismo de persuasão e de formação de opinião, também é um instrumento com potencialidade de permitir a construção de uma nova forma de interação entre as pessoas, e ao mesmo tempo este processo informativo possibilita a liberdade de informação e a exploração midiática.

Palavras-chave: Mídia; formação de opinião; liberdade de informação e expressão; democracia informacional.

* Possui mestrado em Direito pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (2000) e doutorado em Direito pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (2006). Tem experiência de vinte e seis (26) anos em ensino superior, com atuação e experiência docente em pesquisa, extensão, prática jurídica e pós-graduação (em nível de Especialização e Mestrado). Possui experiência em Coordenação de atividades educacionais em ensino superior. Professor do Curso de Direito e do Programa de Pós-Graduação em Direito (Mestrado) da Universidade de Santa Cruz do Sul? UNISC. Professor do Curso de Direito da Universidade Luterana do Brasil? ULBRA, Campus Gravataí. Coordenador do Curso de Direito da Ulbra Gravataí. Atualmente (de 08/2017 a 12/2018) cursa pós-doutorado em Direito na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), sob orientação do Prof. Dr. Ingo Wolfgang Sarlet. Membro da Associação Portuguesa de Direito Intelectual? APDI, da Associação Brasileira de Direito Autoral? ABDA, e da Comissão Especial de Propriedade Intelectual da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB/RS), que presidiu na gestão 2010/2012. Tem experiência na área de Direito, com ênfase em Direito Privado, atuando principalmente nos seguintes temas: Direito da Propriedade Intelectual, Sociedade da Informação, Direitos Culturais, Direito Civil e Teoria do Direito.

** Mestranda em direito pelo Programa de Pós-Graduação em Direito - Mestrado e Doutorado da Universidade de Santa Cruz do Sul, na linha de pesquisa Constitucionalismo Contemporâneo. Pós-Graduada em direito constitucional e em direito administrativo, ambas pela UNIVERSIDADE UNIDERP - ANHANGUERA. Integrante do grupo de pesquisa: Direitos fundamentais da sociedade da informação, sob a coordenação do Prof. Dr. Luiz Gonzaga Silva Adolfo. Advogada.

ABSTRACT: This study presents the results of a bibliographical research, based on the deductive and technical method of bibliographical research on the information process and the media exploration of the right to information, in the formation of public opinion. In summary, it seeks to analyze the evolution of communication in relation to different periods of history, approaching aspects related to the influence of ideas and opinions that occur through the communication and interaction of individuals of distinct layers, which in turn is not a result of contemporaneity. So, this paper aims to answer if the information process and the media exploitation have turned into a manipulation mechanism for opinion formation? And to arrive at an answer it is intended to expose how the media deal and distribute the information obtained in the face of the political and cultural scenario in which the country is inserted. It is also intended to demonstrate that media, whether spoken, written, television or via the Internet, while being a mechanism for persuasion and opinion formation, is also an instrument with the potential to allow the construction of a new interaction between people, and at the same time this information process enables freedom of information and media exploration.

Keywords: Media; formation of opinion; freedom of information and expression; informational democracy.

1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O estudo expõe o resultado de uma pesquisa bibliográfica, realizada com base no método dedutivo e técnica de pesquisa bibliográfica sobre a o processo informativo e a exploração midiática do direito à informação.

Os meios de comunicação exercem uma função (além de várias outras) de informar, fazer com que o indivíduo receptor desta, entenda, conheça, venha a adquirir o conteúdo transposto. De tal modo que este deva ser o mais transparente possível, para que o receptor, desprovido muitas vezes de ferramentas para o seu discernimento, não venha fazer destas informações maculadas, a sua própria opinião, como se está fosse originária de sua própria concepção, violando a sua liberdade de informação e expressão.

Assim, o presente trabalho destina-se a responder se o processo informativo e a exploração mediática acabaram se transformando em um mecanismo de manipulação de formação de opinião?

E para chegar a uma resposta pretende-se expor uma análise de como os meios de comunicação lidam e distribuem as informações obtidas em face ao cenário político e cultural, no qual o país se encontra inserido. Objetiva-se, também, demonstrar que a mídia, seja, falada, escrita, televisiva ou via internet ao mesmo tempo em que é um mecanismo de persuasão e de formação de opinião, também é um instrumento com potencialidade de permitir a construção

de uma nova forma de interação entre as pessoas, e ao mesmo tempo este processo informativo possibilita a liberdade de informação e a exploração midiática.

Deste modo, pretende-se estabelecer uma correlação entre a atuação funcional intrínseca dos meios informativos diante da postura tomada em momentos oportunos de instabilidade política e os movimentos sociais. Observa-se que, muitas vezes, tal posicionamento provoca impactos nas reações das massas sociais que respondem de um ou de outro modo a tal incentivo, desbordando dos limites impostos à liberdade de informação e expressão e colocando em risco o exercício destes direitos.

2. EVOLUÇÕES DA COMUNICAÇÃO

O tema exige que, em um primeiro momento, se conheça o real significado da palavra comunicação, desde a Pré-história até a Idade Moderna e Contemporânea, para posteriormente realizar uma análise do significado da mídia, e, assim, compreender a importância que assume o uso das tecnologias informacionais. Como também aos diversos impactos nas diversas áreas do conhecimento e o real propósito midiático, relacionando-o com a liberdade de expressão e informação assegurada aos cidadãos.

A palavra comunicação se deriva do latim *communicare*, que significa “tornar comum”, “partilhar”, nesta premissa tem o objetivo de que algo passe do individual e adentre a esfera coletiva, transmitir informação, dar conhecimento de algo.

As primeiras expressões das quais se podem chamar de comunicação dar-se-ão na pré-história, em que a única forma encontrada pelos homens era uma comunicação visual, pois a fala ainda era desconhecida, realizada por meio de desenhos rupestres, em seus locais constituídos. Neste processo pré-histórico, cabe observar que, muito além de meros desenhos, está ali contida a identidade cultural do povo que as fez, há uma relação entre um indivíduo, que interpretou a sua realidade tal qual como ela fora, e manifestou-a para outros, para que estes pudessem estabelecer seus significados (PARELLADA, 2009), e tão forte fora esta relação que até hoje, muitos destes significados, permeiam a incompreensão.

Com o passar do tempo, e o processo civilizatório dos homens sobrevivendo com grande rapidez, logo as imagens e gravuras pré-históricas tomaram outras formas, surgindo então, a escrita cuneiforme, oriunda dos sumérios na antiga Mesopotâmia, por volta de 3.500 a.C., e posterior em momentos distintos no Egito (com os hieróglifos) onde apenas os sacerdotes, membros da realeza, detinham tal aptidão para grafar e interpretar estes sinais, na China (com os ideogramas e logogramas), que por sua vez também detinham algumas particularidades,

dependendo de sua região, em sua expressão às demais, tendo ainda se desenvolvido em outras civilizações em épocas distintas e com seus sistemas autônomos (KARNAL; NETO, 2004).

Logo, pode-se assinalar que independentemente do povo e sua origem *sui generis*, houve peculiaridades que limitavam a poucos acessar as informações de seus soberanos/deuses, tendo estes a possibilidade de macular estas informações com seus estigmas pessoais, resultando em atos de extrema crueldade, mediante a ignorância induzida imposta ao seu povo, que a história vivenciou preteritamente.

No decorrer da evolução no âmbito da escrita, diálogo visual entre indivíduos, escritos manuais, que eram os únicos meios os quais o homem possuía para passar suas informações e concepções de mundo e sociedade, ascenderam à Idade Média. Neste período o processo informacional, embora de maneira precária e seletivamente, já havia se consolidado, contudo, eram voltadas para a ideologia do soberano fosse ele o Papa ou o Rei.

Um dos fatores que chama a atenção para esta seletividade foi a Igreja Católica, que detinha enorme poder político no período da Idade Média, denominado de Alta Idade Média e Baixa Idade Média, que corresponde aos anos V a XV, devido ao seu vasto território, e constituindo-se como um poder centralizador a fim de orientar os fiéis a seguir sua doutrina cristã (HOBBS, 2014). Ademais, esta instrução se dava por meios adversos aos verdadeiros inscritos na Bíblia, mediante cobrança de altos impostos, lugares celestiais, perdão de pecados, entre outras mais, que somadas à falta de conhecimento do povo, tornavam esta comunicação repleta de anseios políticos e morais próprios de seus autores (GONÇALVES, 2005). De tal sorte, esta prática obtinha êxito, havia uma seleção de livros e doutrinas autorizadas ou não pela Igreja, favorecendo assim, apenas os que lhes convinham.

Contudo, ainda careciam de um meio para alcançar, aos poucos que eram alfabetizados na época, tais informações. As formas mais utilizadas eram os livros manuscritos, que em sua maioria encontravam-se em mosteiros ou livrarias eclesiásticas, e também os *arautos*⁶, que em locais de grande circulação, geralmente praças públicas, apresentavam as deliberações de seus soberanos ou da igreja (LAUAND, 2013).

Diante este óbice, que no século XV surge um dispositivo, criado por Johann Gutenberg em 1450, capaz de reproduzir estas informações contidas em livros, resoluções, deliberações, todas até então manuscritas. Tais produções se davam por meio da tipografia, letras móveis produzidas em cobre e alocadas em uma base de chumbo, que se adicionava a tinta e por seguinte, prensadas no papel. Como primeiras impressões, as bulas e indulgências cedidas pelo Papa Nicolau V, mas como gênese literária impressa, Gutenberg imprimira a Bíblia, tendo levado cinco anos até sua completa impressão (BRAGANÇA, 2002). Para

Bragança (2002), contudo, o aspecto mais importante da invenção de Gutenberg, fora a mudança de lugar social à produção de livros.

A partir de então com este novo procedimento de produção e divulgação de informações, a sociedade, que se encontrava em ebulição precedendo ao divisor ideológico do Iluminismo, ganha uma ferramenta para apregoar suas ideias e suas paixões, de modo que neste período começa-se notar nítida a vinculação das emoções particulares com os meios informativos. De tal maneira que, graças ao apoio e financiamento de banqueiros, a tipografia de Gutenberg, muda de mãos e direção, antes um processo relativo de fazer impressões literárias, agora uma busca incessante da classe burguesa (em processo afloração no séc. XV) de obter antes de tudo, lucro e, por seguinte granjear o grande público anônimo e disperso, com suas edições pedagógicas (BRAGANÇA, 2002).

Observa-se, assim, que isso possibilita uma paulatina transferência do controle de saberes e conteúdos impressos de mãos leigas às mãos mais instruídas, estabelecendo o surgimento de novas relações de poder na sociedade, percebendo-se uma evolução, ainda que incipiente, do direito à liberdade de informação e expressão.

Neste processo transformatório à produção impressa, surge contundente a figura do editor, que exercia a função de garantir autonomia estética, em vista da produção manual medieval, como também introduzir as ideias e afeições de seus mantenedores burgueses.

Destaca-se que durante o século XV, houve uma gigantesca emersão no processo de produção, ou seja, veio à tona uma série de impressos e escritas que provocaram mudanças na troca de informações. Não se pode negar que o objeto de publicação não mais era restrito a uma área, mas possibilitava que um número elevado de impressor-editores se aventurem por outros meios, disseminando a ideologia da época. Anota-se, contudo, que os impressos da época nem sempre tinham a primazia da obtenção de lucros. Registra-se que foram publicados textos oriundos da chamada “cultura pagã” (cultura árabe, hebraica, antiguidade clássica), como também possibilitou recolocar em circulação obras filosóficas, poéticas, científicas, e outras, que até pouco tempo estavam proscritas (BRAGANÇA, 2002).

Igualmente, neste período surge a gênese das corporações editoriais, bem como os grandes eventos livreiros da Europa, a proporcionar com isso, uma construção cultural de apego aos livros, e como forma de escambo as outras organizações editoriais de materiais ou impressões sucessíveis à troca. Assinala-se que com a ajuda do desenvolvimento capitalista europeu, fomentam-se mudanças na estrutura e concepções do setor, originando com isso especializações nas áreas do fabrico, no qual livreiros tornam-se editor-livreiro, e estes passam

a ser considerados “homens de corporações”, despertando o espírito mercantil e competitivo do setor (BRAGANÇA, 2002).

O exemplo disto, dentre tantos outros na história, citam-se a Revolução Francesa, período no qual ocorreram mais publicações inflamadas de personagens como Camille Desmoulins, Jean-Paul Marat, Maximilien Robespierre, Georges Jacques Danton, que formaram e inspiraram à ira e o ódio do povo francês, mais do que as próprias iniquidades de Luis XVI e este período foi decisivo para o reconhecimento de direitos e liberdades fundamentais nas Constituições do século XIX (GALLO, 2009).

Registre-se, que este procedimento de vinculação informativo-pessoal apenas se intensificaria ao longo da modernidade, com o surgimento dos jornais no século XVII, a invenção do telégrafo no XVIII e, mais recentemente, no século XX, a ascensão e o surgimento da radiodifusão e a televisão. Destacam-se entre esses, os meios eletrônicos, via computador, internet que são instrumentos com potencialidade de permitir a construção de uma nova forma de interação entre as pessoas, consolidando-o o processo de constitucionalização e reconhecimento das liberdades de informação e expressão.

Constata-se, assim que estes últimos, pelo crescente uso, por sua vez, assumem um papel fundamental pelo fato de proporcionarem a interação de pessoas do mundo inteiro, em um mesmo espaço virtual, permitindo a comunicação, em tempo real, entre pessoas e grupos, independentemente de sua localização geográfica (NASCIMENTO; RODRIGUES, 2014).

Tal instrumento, hodiernamente indispensável para a comunicação mundial, teve sua gênese na década de 60, no auge de um conflito político e militar entre os Estados Unidos e a União Soviética, a Guerra Fria. Criada no Departamento de Defesa dos EUA, a chamada ARPAnet (Advanced Research Projects Agency) era formada por uma rede de laboratórios de pesquisa. Sua função originária era de proporcionar a troca de informações militares com segurança, impedindo que os inimigos pudessem interceptar ou destruir as bases rústicas de comunicação. A ideia era ter um sistema de comunicações que não pudesse ser interrompido por avarias locais (MANDEL; SIMON; LYRA, 1997).

Ademais, na década de 80 dá-se um salto no que se refere à acessibilidade, pois até então seu uso era estritamente acadêmico e científico, agora esta inovação associava-se ao uso comercial, porém ainda restrita aos Estados Unidos. Contudo, na década de 90, esta se disseminou ao mundo externo, interligando universidades e laboratórios do mundo inteiro, além de ter sido criado nesta década a chamada “teia mundial”, ou como se conhece WWW (World Wide Web) e o sistema de indexação Alta Vista, que criara o processo de busca eletrônica

mediante perguntas ou palavras digitadas e como resultado uma lista de apontadores ou páginas relacionadas a tais perguntas (MANDEL; SIMON; LYRA, 1997).

A partir de então, a globalização com sua forma mais ousada, torna a comunicação entre indivíduos cada vez mais assídua, complexa. Os meios que se constituíram em pouco mais de 600 anos, partindo de meios seletivos e rústicos evoluem a uma quantidade explosiva de meios capazes de deter milhares de informações, como uma verdadeira revolução nas formas e métodos como a informação é gerada, armazenada, processada e transmitida, com um alcance muito maior e, com a produção e reprodução instantânea de informações de qualquer tipo (MANDEL; SIMON; LYRA, 2016).

Não obstante, que com essa eclosão, surge também a corrida pelo controle destes, uma vez que é uma face natural do poder, fazer com que homens se sobreponham a outros (HOBBS, 2014). No passado, por meio da coação física, agora por meio de coerção social, somado ao grande poder que assumem estes meios de comunicação, com alcance e acesso a um número elevado de indivíduos, seja por meios eletrônicos, impressos ou não.

Ocorre que a tecnologia da informação é um mecanismo que "[...] ocasiona um novo espaço para a comunicação, de forma que se torna mais transparente e universalizada [...]" (NASCIMENTO; RODRIGUES, 2014, p. 164) e, provoca mudanças significativas na circulação de informações e armazenamento de dados, representando, sem sombra de dúvidas, uma forma de poder que, nas sociedades "de massa", possui papéis extremamente significativos, tais como: influir na formação das agendas públicas e governamentais; intermediar relações sociais entre grupos distintos; influenciar a opinião de inúmeras pessoas sobre temas específicos; participar das contendas políticas, em sentido lato (defesa ou veto de uma causa, por exemplo) e estrito (apoio a governos, partidos ou candidatos); e atuar como "aparelhos ideológicos" capazes de organizar interesses (FONSECA, 2011).

3. A MÍDIA E SUA CONTEXTUALIZAÇÃO

Observa-se que a utilização da Internet vem se disseminando e as novas tecnologias de informação e comunicação estão presentes no cotidiano das pessoas e influenciam a vida social. Neste sentido, é inegável que a mídia assuma um papel de destaque, diante da velocidade com a qual ela atinge a sociedade e das facilidades que ela traz para a divulgação de ideias, ideologias, fatos, ações políticas, entre outras.

Assim, nesse item aborda-se o conceito de mídia e a influência do processo midiático nas relações sociais, políticas e econômicas, acentuando-se as liberdades de informação e

expressão, imprescindíveis para a democratização dos espaços públicos e privados, como também, a exploração midiática da informação.

A mídia surgiu por volta da década de 1920 e 1940, nos Estados Unidos com o objetivo de estudar aspectos eleitorais (como voto, opinião pública, propagandas) nos períodos que antecederam e sucederam as guerras mundiais, e, por conseguinte os meios de comunicação de massa, a cultura de massa, sempre priorizando a Sociologia e a Ciência Política norte-americana, um conceito contemporâneo de meios informativos, chamado “massa mídia” (WOLF, 1999).

Com a consolidação de novas tecnologias da comunicação, capazes de granjear quase todos os indivíduos, a exemplo disto à televisão e o rádio, em 1950 a 1960 o foco das pesquisas americanas é deslocado para verificar quais efeitos este novo processo informativo, despertaria aos seus destinatários. Tais inovações tecnológicas na área da comunicação social, já detinham notória influência na vida política ao colaborar na criação da imagem dos líderes políticos e sociais, assim como dos indivíduos influentes na esfera cultural (WOLF, 1999).

Estas pesquisas se intensificaram a partir da década de 1970, em que buscaram compreender o verdadeiro papel destas novas tecnologias, surgidas neste século, que começava a operar como moldadores de uma “falsa” realidade que paulatinamente ia se tornando a concepção do indivíduo, deixando sua função principal de meros veículos e meios de informação. Ou seja, um processo pelo qual o indivíduo altera sua representação de realidade social (WOLF, 1999).

Pode-se atribuir a estes momentos, grande importância, pois tais pesquisas, além de delimitarem um marco na construção do conceito de mídia, apresentaram resultados preocupantes. Uma vez que os meios de comunicação deixaram de ser meios de transferência de informação, e avocaram para si o papel *stricto sensu* de construtores de conteúdo, concepções políticas e sociais, haja vista que tais prerrogativas devam ser exclusivas de quem recebe a informação, ou a busca.

Assim descreve Castells (2000) nas sociedades contemporâneas, as pessoas recebem suas informações e formam suas opiniões políticas, essencialmente através da mídia e fundamentalmente da televisão. A qual vem ganhando maior credibilidade e esta credibilidade tem crescido ao longo dos anos, através da transmissão de notícias.

Este termo está mais direcionado a estudos da área política e sua correlação com a comunicação entre indivíduos. Lima (2004) descreve que para se ter a instituição mídia implica sempre a existência de um aparato tecnológico intermediário para que a comunicação se realize. A comunicação passa, portanto, a ser uma comunicação mediatizada.

Necessário ressaltar que a mídia exige um aparato sofisticado para que a comunicação possa ser realizada, considerada como um símbolo da modernidade, na qual rádios, jornais, canais de televisão, internet, são meios de circulação de informações, dados, e interação entre os cidadãos.

Na mesma linha de entendimento para Rubim (2004), o conceito de mídia se relaciona como seu papel à política, pois frequentemente, a mídia é entendida como “fonte de informação” e seu papel é definido como o de informar os cidadãos. Para bem servir a democracia, segundo este enfoque tradicional, à mídia deve transmitir informações de forma objetiva e imparcial.

Na verdade, neste contexto, os meios de comunicação têm reinventado a forma como as pessoas vivem e desenvolvem suas atividades, pois houve uma verdadeira explosão das liberdades de informação e expressão.

Com isso, pode-se compreender mídia como um conjunto de meios enquanto indústria da comunicação, com suas empresas e rotinas próprias inseridas dentro de um social capitalista, possuidor de um sistema de signos, métodos, maneiras, engendres, e personagens forjando o sistema de comunicação, visando à massa social, as suas realidades, constituindo um poder no mundo contemporâneo (RUBIM, 2004).

Isso quer dizer que a mídia constitui-se como uma 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 assim a sociedade da informação com a aplicação de conhecimento nos dispositivos de comunicação da informação em um ciclo de realimentação cumulativo entre a inovação e seu uso. A sociedade informacional é usada para mostrar os impactos que as novas tecnologias trouxeram relacionada com a sociedade de comunicação, pois o que se busca das novas tecnologias é a comunicação e seus avanços são inegáveis com a transformação da sociedade e modificação das relações estado-sociedade. Dito de outra forma, a expressão “sociedade da informação” advém da informática e das telecomunicações, que permitiam a criação da chamada cibercultura.

Nesta conjuntura, surge o ciberespaço que seria o espaço para as memórias dos computadores, o que transmite as comunicações para os computadores, tornando o principal canal de comunicação existente, sendo que seu acesso avançado permite vários meios de comunicação pelo computador que vão desde a troca de e-mails até os compartilhamentos do mundo virtual (CASTELLS, 2003).

Percebe-se, portanto, o profundo conhecimento que os cidadãos adquirem com as novas tecnologias e, conseqüentemente as políticas públicas que aparecem como fundamentais instrumentos de inclusão, pois a internet permite que as mais variadas opiniões sejam manifestadas sem que haja preconceitos.

A informação e o conhecimento estão disponibilizados nos mais variados meios digitais, especialmente na rede mundial de computadores, podendo ser acessado por qualquer pessoa em qualquer parte do planeta. Assim, a sociedade de informação é tida como um fenômeno global, trazendo-se inúmeras modificações econômicas, políticas e sociais.

Segundo Lévy (2000) está-se vivendo a abertura de um novo espaço de comunicação e, cabe explorar as potencialidades mais positivas deste espaço nos planos econômicos, sociais e culturais. Lévy (2000, p. 11) afirma que o crescimento do ciberespaço se forma através dos jovens, que de forma coletiva buscam experimentar as novas formas de comunicação que as mídias propõem.

A internet no Brasil, é uma realidade que mostra a mudança no mundo jurídico, em razão da tecnologia na vida das pessoas, passando por uma transformação na sociedade de informação. Tendo em vista, as inúmeras possibilidades que a internet agrega ainda mais no que tange ao comércio eletrônico, fazendo com que seja possível que se criem reais expectativas de cumprimento de contratos firmados através do ciberespaço.

Enfatiza Lévy (2000) que se vive atualmente um novo espaço de comunicação no qual suas potencialidades devem ser exploradas, reconhecendo as mudanças qualitativas, desenvolvendo essas tecnologias dentro de uma perspectiva humanista, provendo aos cidadãos uma liberdade de expressão sem precedentes na história.

Assim, na era da informação rápida, é possível afirmar que se abre espaço para uma maior multiplicidade de desenvolvimento de ideias, possibilitando a participação de todos, pois com a informação, as pessoas podem opinar e desenvolver lado de participação da sociedade, isto é, os meios de comunicação permitem à pessoa sua inclusão dentro de assuntos que envolvem o seu dia a dia, possibilitando uma maior interação. As novas tecnologias vêm afetando os modos de organização das relações sociais e as condições de realização das sociedades modernas como liberdade e democracia.

Neste viés, a sociedade de informação é elemento essencial para o pleno exercício da cidadania, para o acesso aos direitos fundamentais, à informação ao conhecimento no sentido de transmitir informação e conhecimento, dotar ao cidadão meios aos quais tenha conhecimento para ingressar livremente ao mundo virtual. A tecnologia é uma inovação da atualidade, apoiando-se na informática, das telecomunicações, econômicas e humanas que integram a base

que é o ciberespaço, difundindo de maneira muito veloz em todo o mundo, sendo a comunicação um elemento essencial para a atividade humana em todos os âmbitos da vida.

Nos dias atuais o direito a informação se expande com os meios de comunicação, sendo eles os transmissores das informações perante a sociedade e uma base que garante o estado democrático de direito, sendo inegável que a comunicação traz ao desenvolvimento para os cidadãos.

3.1 A MÍDIA NO PROCESSO INFORMATIVO BRASILEIRO E A EXPLORAÇÃO MUDIÁTICA DA INFORMAÇÃO

Inicialmente faz-se necessário contextualizar a mídia e seu desenvolvimento no Brasil para verificar como ocorre o seu processo informativo.

No Brasil, tem-se como advento deste novo processo, o período da Ditadura Militar (1964-1985), no qual consolidou a mídia com intuito formal de garantir a segurança nacional e de mercado, mas também com interesse subjetivo de manter a massa sob controle, empregando uso da censura para tal (RUBIM; COLLING, 2004). Neste cenário, foi que se estabeleceu a infra-estrutura e midiaticização eletrônica no país, entretanto, algumas corporações, não faziam objeção ao transmitir as informações, visto que havia uma parcela de favorecimento ao poder ditatorial.

Cumprir registrar que, os presidentes militares neste período, se utilizaram fortemente da mídia para suas campanhas, aumentando assim seu poder de alcance às massas. Esta por sua vez, com toda essa ascensão dos meios eletrônicos, televisão, jornais, passou a absorver estas ideias, muitas vezes tendenciosas, explorando midiaticamente as informações.

Nesta época, também se desperta a cultura dos “conselheiros”, que hodiernamente denominam-se “marqueteiros”. Estes detinham a função de mediação entre o campo político e midiático, com o objetivo de elaborar e produzir discursos convincentes à massa social, como também delinear estratégias e rumos há serem seguidos por aqueles que almejam conviver e ascender no mundo da política e social (RUBIM, 2004).

Com o crescimento econômico e social do país a partir da década de 60, apesar do regime ditatorial, tem-se notoriamente um grande salto do processo midiático brasileiro. Aponta-se que nas eleições diretas de 1989, o público votante teve um crescimento acentuado, devido ao grande êxodo rural, os meios de comunicação social (rádio, televisão e a circulação de jornais) ascendiam se não a todos, mas a maioria, ao alcance das propostas políticas.

Ainda, ressalta-se que na década 60 era precário, mas decorridos mais de 20 anos, no ano de 89 com o surgimento de uma série de mecanismos (horário eleitoral obrigatório, maior alcance dos comícios, auxiliados pela televisão, estrutura partidária mais robusta, agentes públicos para a popularização das ideologias partidárias, etc.) a mídia, se consolida no país, atuando com duplicidade, ou seja, como meio condutivo destas idealizações e mecanismo formador de opiniões (RUBIM; COLLING, 2004).

Sabe-se que a troca de favores, laços políticos, práticas estas que hoje se tornam nítidas no dia-a-dia do país geram um processo informativo com conteúdos cada vez mais voltados para a formação de opinião e percebe-se nitidamente que há a exploração midiática dessas informações.

Nesta linha Castells (2002, p. 313) afirma que a televisão é a fonte de notícias que passam uma certa credibilidade e esta credibilidade tem crescido ao longo dos anos. É isto está mais direcionado a estudos da área política e sua correlação com a comunicação entre indivíduos. O que pode levar a constatação de 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.

Vale salientar que este processo (de comunicação, transmitir informação) ensejou e aprimorou a interação entre indivíduos, de tal maneira que se atribui total crédito as informações veiculadas. Contudo, no presente contexto político do país, nota-se veemente que a informação transmitida pela mídia, seja falada, televisada, impressa, ou em rede tem uma força persuasiva e manipulativa e de forma velada passa a inculcar nas pessoas uma ideia ou mesmo um ponto de vista já formado sobre determinado assunto.

Pode-se afirmar que os detentores do império midiático, no Brasil, se reduzem a poucas corporações, com poder econômico e político gigantesco, facilitando a exposição de seus ideais e concepções políticas aos seus destinatários. É a mídia, e somente ela, que define o que é público no mundo contemporâneo (LIMA, 2004). Tal assertiva é uma verdade, todavia este “tornar público”, segundo Neto (2004) deve vir sem aspectos valorativos pessoais, tanto do veículo transmissor de informação, quanto de fonte originária do fato, de tal forma que deva se abdicar de seu juízo de valor.

Neste espaço, a mídia, se tornou um “sujeito operador” de estratégias em momentos decisórios politicamente com seus discursos tendenciosos em favor de seus valores e aspirações. Neste sentido, Rubim e Colling (2004) apontam que se observa em várias ocasiões do processo político brasileiro mais recente, o campo das mídias e a TV, de modo particular,

não se constituem apenas num dispositivo de representação do que se passa na cena política, mas se converte, segundo estratégias que informa a direção da política.

A mídia exerce hoje, uma atuação dupla frente às suas operações, conduzindo assim os ânimos de seus interlocutores. Hobbes (2014) já previa que deste processo informacional, alguns excessos surgiriam, e assim descreve que esses empregos correspondem quatro abusos: Primeiro: quando os homens registram seus pensamentos equivocadamente, pela inconstância do significado de suas palavras, enganando a si próprios. Segundo: quando usam as palavras metaforicamente, isto é, com outro sentido, diverso daquele com que foram criadas, para enganar aos outros. Terceiro: quando declaram ser sua vontade aquilo que não é. Quarto: quando utilizam as palavras para agredir uns aos outros, o que não é correto.

Para Chomsky (2010), os meios de comunicação engendraram alguns artifícios de manipulação social, a fim de encobrir seus reais desejos tanto políticos, como econômico-sociais. Facilitando com isso, a condução massiva da sociedade frente a determinadas posições, obstando assim uma possível negativa social a tais preceitos. Segundo ele, estas estratégias tendem a transcender a esfera social do indivíduo, adentrando em estado particular, causando assim um impacto significativo em suas ações sociais.

Em relação ao aspecto social, Chomsky (2010) caracteriza duas questões de relevante potencial controlador. No que se refere à distração pública de problemas potenciais, juntamente com as mudanças impostas pelas decisões da elite política do país, que para ele a estratégia da distração é igualmente indispensável para impedir ao público de interessar-se pelos conhecimentos essenciais, na área da ciência, da economia, da psicologia, da neurobiologia e da cibernética.

O outro ponto relevante em sua fala se destaca no método chamado “problema-reação-solução”. Cria-se um problema, uma “situação” prevista para causar certa reação no público, a fim de que este seja o mandante das medidas que se deseja fazer aceitar. Por exemplo: deixar que se desenvolva ou se intensifique a violência urbana, ou organizar atentados sangrentos, a fim de que o público seja o mandante de leis de segurança e políticas em prejuízo da liberdade. Ou também: criar uma crise econômica para fazer aceitar como um mal necessário o retrocesso dos direitos sociais e o desmantelamento dos serviços públicos (CHOMSKY, 2010).

Este por sua vez tende a um melhor enquadramento com a real situação político-econômica vivenciada no Brasil. Tal asserção justifica Lima (2004): “Vive-se um momento de transição e incertezas com reflexos concretos na atividade política”.

Deste modo deve a sociedade acautelar-se para não tornar-se massa de manobra, pois os meios midiáticos, infelizmente estão perdendo sua imparcialidade. Sucumbindo á suas

paixões, seus interesses, ou privilegiando a alguns, sem atentar às suas atribuições frente ao seu interlocutor.

Anote-se, por derradeiro que a mídia, hodiernamente, está presente entre nós, e indiscutivelmente, é um meio para tudo, inclusive para engajamento em defesa de direitos e defesa de movimentos sociais e políticos, uma vez que para Castells, (2000, p. 367) a mídia eletrônica (não só o rádio e a televisão, mas todas as formas de comunicação, tais como o jornal e a internet) passou a se tornar o espaço privilegiado da política. Porém, ressalta que sem a mídia não há meios de exercer o poder.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Notadamente que o processo de comunicação entre indivíduos, ao longo de sua evolução, sofreu transformações. Algumas benéficas ao processo, como a maior interação entre a sociedade, o alcance multiplicado pelas diferentes formas de aprimoramento, todavia, alguns pontos se sobrepuseram ao real sentido informativo. Tal qual ensejou episódios lamentáveis na construção histórica da sociedade, com uma nítida violação aos direitos de liberdades de informação e expressão, elementos fundamentais em uma sociedade democrática.

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. Esta influência dentre os vários campos do convívio social, político, cultural, torna a mídia um instrumento de persuasão, manipulação e formação de opinião.

Cabe frisar que a mídia vem ocupando um ambiente amplo e de vez em quando exagera no seu poder de informação, visto que ocasionalmente altera a verdade dos fatos com escopo comercial que reflete diretamente no âmbito social. E é sabido que os meios de comunicação operam uma significativa relevância sobre a sociedade, a qual possui uma sede pelo saber, mas padece inerte quanto a veracidade dos fatos. E por isso, os meios de comunicação escolhem errar ao noticiar determinado fato a perder a grande notícia da vez, a qual pode lhe render bons frutos.

E assim, a mídia começa a ser uma ameaça à sociedade, a qual se encontra acomodada, e acaba por aceitar o que a mídia golpista no Brasil oferece. Assim, acaba por influenciar na sua própria formação de opinião do cidadão, quando na verdade a mídia deveria servir como uma ferramenta de compartilhamento de informação, onde cada cidadão possa formar sua

própria opinião. O que acabou se perdendo com a facilidade de manipular a informação, a qual não é mais exclusiva.

Constatou-se que o avanço nas tecnologias da comunicação e informação possibilita a interação direta entre quem produz e quem recebe a informação. Por outro lado, a informação pode transformar-se em um mecanismo de manipulação, de formação de opinião, quando deveria ser um importante mecanismo de construção social da realidade, uma vez que em uma sociedade democrática, a liberdade de informação é um dos fundamentos que a sustentam.

Ou seja, o poder de informar dado originariamente à mídia não produza condições adversas para o fortalecimento da democracia e a institucionalização de uma cultura participativa e de mudanças de atitudes incompatíveis com a legalidade.

REFERÊNCIAS

BRAGANÇA, Aníbal. Porque foi, mesmo, revolucionária a invenção da tipografia? O editor-impressor e a construção do mundo moderno. In: *XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Salvador, 1 a 5 setembro, 2002.

Disponível em:

http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP4braganca.pdf. Acesso em: 05 jul. 2018.

CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede*. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

_____. *O poder da identidade*. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

_____. *A galáxia internet: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CHOMSKY, Noam. *Dez Estratégias de Manipulação Midiática*. Brasília: Instituto João Goulart, 2010.

FONSECA, Francisco. Mídia, poder e democracia: teoria e práxis dos meios de comunicação. In: *Revista Brasileira de Ciência Política*. n.6, Brasília, 2006. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-33522011000200003. Acesso em: 02 jul. 2018.

GALLO, Max. *Revolução Francesa*. Tradução de Julia da Rosa Simões. Porto Alegre: L&PM, 2009.

GONÇALVES, Marcos. Entre o Palanque e o Púlpito: Mídia, Religião e Política. In: *História: Questões & Debates*. Curitiba: UFPR, n. 43, p. 191-196, 2005.

HOBBS, Thomas. *Leviatã*. Tradução de Rosina D'Angina. São Paulo: Martin Claret, 2014.

KARNAL, Leandro; NETO, FREITAS, Jose Alves. *A Escrita da Memória*. São Paulo: Instituto Cultural Banco Santos, 2004.

LAUAND, Luiz Jean. *Cultura e Educação na Idade Média*. 2. ed., Tradução de Luiz J. Lauand. São Paulo: Martins Fontes, 2013.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. 2. ed., São Paulo: 34, 2000.

LIMA, Venício Artur de. *Sete teses sobre a relação Mídia e Política*. São Paulo: REVISTA USP, n.61, p. 48-57, março/maio 2004.

MANDEL, Arnaldo; SIMON, Imre; LYRA, Jorge Lacerda de. *Informação: computação e comunicação*. USP, São Paulo, 1997. Disponível em: <http://www.ime.usp.br/~is/infousp/imre/imre.htm>. Acesso em: 20 jul. 2018.

PARELLADA, Claudia Inês. A Arte Rupestre no Paraná. In: *Revista Científica/FAP*. Curitiba, 2009. Disponível em: http://www.fap.pr.gov.br/arquivos/File/Arquivos2009/Pesquisa/Rev_cientifica4/artigo_Clau dia_Parellada_1.pdf. Acesso em: 20 jul. 2018.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Comunicação e Política*. Salvador: UFBA, 2004.

_____. *Comunicação e Política*. In: PORTO, Mauro Pereira. *Enquadramentos da Mídia e Política*. Salvador: UFBA, 2004.

_____. *Comunicação e Política*. In: NETO, Antônio Fausto. *Discurso Político e Mídia*. Salvador: UFBA, 2004.

_____; 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: 20 jul. 2018.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. 5. ed., Tradução de Maria Jorge Vilar de Figueiredo. Lisboa: Editorial Presença, 1999.

Encaminhado em 13/09/18

Aprovado em 03/01/19