

A Informação nos Meios de Comunicação

Edmilson Marques

*Sombra, as testemunhas de tua grandeza
Estão prontas a falar e a dar as informações
Que forem necessárias.
(Brecht, Traz-se o Friso).*

Uma crença amplamente aceita na sociedade atual é a de que a informação divulgada pelos meios de comunicação é um importante meio para se compreender a realidade. Isso pode ser notado nas leituras diárias de jornais, ao “respeito” pelos noticiários das grandes empresas de comunicação televisiva, à atenção dirigida às principais manchetes de emissoras de rádios, às leituras atentas das revistas mais conceituadas, à consulta aos sites de noticiários etc. Criou-se uma ideia que a informação repassada pelos meios de comunicação é indispensável e fundamental para se compreender a vida que levamos na sociedade. Esta ideia, no entanto, acaba sendo reproduzida em larga escala sem nenhuma preocupação crítica do conteúdo de tais informações. Diante desta questão que propomos aqui, analisar a informação divulgada pelos meios de comunicação.

Desde a prensa gráfica de Gutenberg, meados do século XV, a sociedade passou a conviver com informações divulgadas por intermédio de algum meio de comunicação. Daí em diante, até os dias atuais, a divulgação das informações sobre a sociedade perpassa pela sua organização, edição e controle nos bastidores dos meios de comunicação. Tratar da questão da informação, no entanto, requer tratar dos meios de comunicação. Estes devem ser compreendidos além do simples meios de comunicação (jornais, revistas, rádio, televisão etc). São organizações dirigidas e de propriedade de determinados indivíduos que os utilizam para atingir determinados objetivos.

A maior parte dos proprietários dos meios de comunicação, por sua vez, sobrevivem do investimento de outros setores da sociedade que buscam neste, uma forma de divulgação de algo de seu interesse. O maior investimento dos meios de comunicação, no entanto, advém de grandes empresas produtoras de mercadorias. É inquestionável, contudo, que os proprietários destas empresas, indústrias ou qualquer outra organização burocratizada têm como finalidade o lucro, mesmo que este seja um fim oculto no discurso destes indivíduos. Por exemplo, é comum ouvir em propagandas

que *a organização X foi criada para lhe fazer feliz ou que a mercadoria Y é feita pra você*. Bom, isso é o que declaram, mas, que ocultamente o que estão querendo dizer é que necessita que a sociedade consuma as mercadorias por elas produzidas para que efetivem o lucro. Nesse sentido a informação passa a ser de fundamental importância, pois, são utilizadas como meio de constranger a sociedade ao consumo.

De um lado então, a informação será o meio utilizado por capitalistas para divulgar mercadorias com o objetivo de vendê-las. Para isso, recebem o apoio de outras instituições que vão sendo criadas para trabalhar na elaboração de informações, cujo objetivo é o mesmo daqueles, ou seja, o lucro. A diferença entre ambas está na forma em que utilizam a informação. Enquanto as empresas que produzem determinadas mercadorias utilizam a informação para constranger a sociedade ao consumo, os quais cedem parte de seus lucros para o financiamento da divulgação de suas mercadorias, as organizações que elaboram tais informações utilizam estas como mercadorias e oferecem serviços especializados em produção de propagandas e outros meios para lucrarem com o serviço prestado aos capitalistas, ou seja, lucram com a informação.

Assim, a razão de ser primeiramente das informações produzidas pelos proprietários de grande parte dos meios de comunicação, é constranger a sociedade ao consumo de determinadas mercadorias, possibilitando assim o lucro dos capitalistas. É com este objetivo que percebe-se os meios de comunicação apresentar determinados noticiários. A seriedade atribuída a estes se torna fundamental para apresentar a informação como algo sério o que constrange as pessoas a considerá-las como algo profícuo. Através destes noticiários torna-se mais eficaz a divulgação de uma determinada mercadoria. E fazem isso associando a mercadoria a discursos de especialistas.

É muito comum perceber esta estratégia com medicamentos. Para vender certos medicamentos os proprietários de meios de comunicação procuram especialistas os quais utilizam do discurso para convencer as pessoas a consumir este produto. Assim, se o especialista fala que o medicamento X é eficaz porque mata realmente os vermes, por possuir uma substância Y desenvolvida com uma alta tecnologia, fruto de dezenas de anos de pesquisa, isso acaba convencendo algumas pessoas que esta mercadoria seja realmente importante para sua saúde. Esta é uma forma de efetivar o que desejam, ou seja, a venda do produto, logo, o lucro. Esta mesma estratégia utilizada em noticiários de rádio e TV é mais difícil de ser percebida pois até mesmo algumas

tragédias são utilizadas como meios para vender outras mercadorias. Os noticiários de TV, por exemplo, conseguiram uma audiência tal, que um grande número de pessoas assumem tais notícias como sendo fundamentais para a compreensão da vida que nos cerca e os tomam como notícias sérias, que informam realmente. Contudo, é preciso perceber que mesmo os noticiários de TV, rádio, etc, podem ter sido adquiridos por determinadas empresas com o intuito de divulgar certas mercadorias. Guareschi afirma que as notícias divulgadas são amplamente controladas por editores que trabalham na sua elaboração. Embora ele não aprofunde nesta questão, mas aponta para a questão que estas notícias são elaboradas de forma que atendam aos interesses da classe dominante. Segundo ele,

Milhares de palavras são escritas nas notícias originais. Editores nos *bureaux* das agências funcionam como fiscais, selecionando e colorindo as notícias, e decidindo quais passarão ao próximo fiscal. As notícias passam dessa maneira, através de todos os preconceitos desses fiscais (preconceitos ideológicos, de educação, de idade, de profissão, de comprometimento público, de comprometimento econômico etc.) (1987, p. 37).

O autor ainda enfatiza que grande parte das notícias divulgadas pela maioria dos meios de comunicação de todo o mundo sofrem uma ampla influência de agências norte-americanas. Ele observa que

Alguns itens são bastante enfatizados e exagerados como, por exemplo, o item sobre terrorismo e violência: somente 13,81% dos itens provindo da América Latina, como fonte original, eram relacionados com crime ou violência; mas 47,66% dos itens retransmitidos por Nova Iorque (depois de fiscalizados e selecionados de acordo) eram referentes a crime e violência (Al Hester, 1976, p. 27). Percebe-se aqui, de forma clara, o interesse dos controlados das notícias em formar opinião (negativa ou positiva, mas sempre distorcida) sobre eventuais inimigos ou aliados. Em países onde gerentes de companhias americanas são seqüestrados, onde diplomatas, às vezes, passam por maus bocados, é importante que o povo seja rotulado, para o resto do mundo, como violento e desumano (Idem).

Nesse sentido, a gripe suína que mata milhares de pessoas em todo o mundo será divulgada, e concomitantemente, os medicamentos que são a cura para a mesma. Assim, se as pessoas ouvem no noticiário que tem um vírus matando milhares de pessoas e que este está se espalhando pelo mundo – inclusive utilizam de estatísticas para comprovar e dar mais sustentabilidade em suas informações – e que foi desenvolvido um medicamento Z para combatê-lo, ocorre com isso, primeiramente, a reprodução desta crença em larga escala, e em seguida, promove o constrangimento das pessoas ao consumo do medicamento para se precaver de tal doença. O capitalista que produz o tal remédio, ri encarniçadamente vendo o bolso encher em um curto período

de tempo (esta informação não é divulgada pelos meios de comunicação).

Outra forma de se utilizar da informação para a venda de mercadorias se dá na esfera artística. A arte tem se transformado num meio fundamental para divulgar informações para constranger ao consumo, como é o caso de telenovelas, programas humorísticos de rádio e tv, sites de internet, textos humorísticos de jornais e revistas, cinema, quadrinhos, pinturas etc. Inserido no roteiro ou na própria obra de arte, a informação sobre determinada mercadoria, ou da empresa que a produz, acaba sendo divulgada, e se isso é feito por um artista famoso, a possibilidade do constrangimento ao consumo ocorrer de forma massificada se torna ainda maior.

Neste sentido, percebemos o caráter venal dos artistas ou daqueles indivíduos que são popularizados pelos meios oligopolistas de comunicação, a exemplo de atletas, que ao se tornarem famosos, logo são contratados por empresas para divulgarem suas mercadorias. Neste contexto que Viana (2007, p. 81) coloca que “a ascensão da indústria cultural [...] marca um processo de subordinação crescente da produção artística ao processo de produção capitalista”.

Outra utilização da informação realizada com o objetivo do lucro está na divulgação de serviços. A mercantilização e burocratização das relações sociais vêm provocando o crescimento de serviços oferecidos, por um lado, por indivíduos que buscam no mercado o meio de sobrevivência, e por outro por indivíduos que objetivam lucrar com o trabalho por ele desenvolvido. Indivíduos de classes subalternas, a exemplo dos trabalhadores domésticos, em sua grande parte oferecem seu trabalho para sobreviver. Já outros, provenientes de classes privilegiadas a informação se torna fundamental para a sua auto-promoção, e assim, a divulgação do seu serviço é apresentado como algo indispensável para o bem estar individual e por isso deve ser consumido. Neste bojo, aquele que paga mais aos meios de comunicação para sua promoção, ou tem mais possibilidade de ampliar a divulgação da informação de seu serviço, acaba efetivando o que deseja na realidade, o lucro, simultaneamente o seu enriquecimento.

Até aqui tratamos da informação ligada diretamente à produção de mercadoria, e desta como mercadoria, a informação como propaganda. Mas, ainda é preciso tratar da informação estatal, a qual, mesmo tendo uma ligação direta com a produção de mercadorias na sociedade, não propaga a mercadoria em si, mas a ideologia da burocracia. A informação recebe uma atenção especial do estado. É por isso que se

criou um conjunto de leis que obriga todo e qualquer meio de comunicação, a divulgar questões referentes ao estado. Contudo, as informações devem divulgar uma imagem positiva do estado, e não contrariar a ordem estabelecida e nem mesmo desqualificar sua imagem. Isso acaba provocando o que Marcuse (1973) denominou de *pensamento e comportamento unidimensional*, os quais são voltados para o que ele chamou de *estilo de vida* cujo objetivo daquelas informações é acomodar os indivíduos à sociedade permeada pelos interesses burgueses, do consumo compulsivo de mercadorias.

Devido a essas exigências que se vê as emissoras de rádio divulgar em rede a Hora do Brasil; ou a TV fazer o pronunciamento do presidente e de partidos políticos em horários que grande parte das pessoas se encontram em casa para o descanso; ou jornais e revistas de propriedade do próprio estado que divulgam suas ações. Enfim, a informação estatal tem como intuito fundamental divulgar a ideologia da representação, a ideia que o estado, os partidos políticos e os sindicatos são fundamentais para a vida da sociedade. Esta informação desejada pelo estado exclui a possibilidade da organização social realizada pela classe trabalhadora. Pois, se esta informação se popularizar, pode-se correr o risco de seu poder ficar em xeque, e a grande parte da população questionar o próprio estado. Por isso, toda a atenção que dirige à informação na sociedade, controlando, editando, e se possível, evitando aquelas que lhe agride.

Vimos anteriormente dois tratamentos dados à informação, uma utilizada pelos proprietários de grandes empresas produtoras de mercadorias, a informação mercadológica, e a outra a informação utilizada pelo estado, a informação estatal, ambas relacionadas à propaganda. Os proprietários de meios de comunicação, por seu lado, acabam elaborando também suas próprias informações e as divulgando. São informações superficiais que dizem respeito a questões do cotidiano, o que Bourdieu denominou de *notícias de variedades*, que para ele, “têm por efeito produzir o vazio político, despolitizar e reduzir a vida do mundo à anedota e ao mexerico” (p. 73), ou melhor, tornar a percepção da realidade superficial, prendendo a atenção da sociedade ao superficial, às expressões jurídicas, ocultando o essencial, as relações de produção, que no capitalismo é fundamentada numa relação de exploração. Essas informações são voltadas para o aumento de audiência, como é o caso de informações relacionadas ao esporte, a acontecimentos diários da sociedade, meteorologia, etc. Com o aumento de audiência, no entanto, cresce o número de investidores.

Esses tipos de informações tratadas anteriormente, contudo, se convergem a

um único objetivo, o lucro e a manutenção da ordem estabelecida. Como coloca Badikian (1993, p. 164) “o desejo de manter a atenção de todo mundo para vender-lhes os bens anunciados, é uma motivação dos operadores [dos meios de comunicação] que estão no negócio devido aos lucros”. A informação desejada pelos capitalistas é defendida pelo estado quando este a controla e não permite que seja dito ou divulgada qualquer espécie de informação que vá além da ordem estabelecida¹. Nesse sentido, a informação em grande parte dos meios de comunicação é controlada e limitada, e ainda, criada por especialistas para educar as pessoas para esta sociedade, para o capitalismo.

Por outro lado, mesmo o estado promovendo um controle amplo da informação, desponta na sociedade informações que contrariam seus interesses, conseqüentemente, os interesses dos capitalistas, tratando-se das informações contestadoras. Estas surgem do descontentamento de determinados indivíduos com esta sociedade e utilizam de determinados meios para sua divulgação. Este tipo de informação se depara com o controle estatal sobre os meios de comunicação, e devido a isso, os indivíduos que desejam divulgá-la acaba tendo que recorrer a meios alternativos.

Mesmo conseguindo divulgar para um público reduzido, grande parte desses indivíduos convivem com a repressão estatal, sendo muitas vezes presos e torturados. Um exemplo desta repressão estatal à divulgação de informações contestadoras pode ser notada no fechamento de meios de comunicação e de agressões aqueles que distribuem panfletos, jornais, revistas etc., de contestação.

Mesmo controlando a informação contestadora o estado não consegue evitar que esta apareça aqui ou ali. Embora venha se popularizando uma falsa ideia de uma liberdade² total de expressão, o controle da informação continua ampliando cada vez mais, e, concomitantemente, cresce também os meios alternativos de divulgação da informação contestadora. Sérgio Caparelli (1986, p. 48) expressa que “os meios alternativos de comunicação é um fenômeno mundial”, o que demonstra a sua

¹ Pode-se referir também às informações repassadas pela comunicação realizada através do telefone. É comum o estado grampear algumas linhas telefônicas e retirar as informações para reprimir aqueles que lhe agride, ou que, pelo menos, contraria a ordem estabelecida.

² A liberdade de expressão nos meios de comunicação existe para aqueles que não contrariam a ordem estabelecida. Para aqueles que reproduzem o discurso burguês de conformidade com a sociedade capitalista. Por outro lado, informações que contestam a ordem estabelecida são divulgadas até o momento em que não os interesses da burguesia e do estado não são atingidos. Quando isso ocorre, o revide estatal é imediato e brutal.

amplitude. Assim, determinados indivíduos buscam contestar a ordem estabelecida, a opressão social, e denunciar por conta própria, sem o apoio dos grandes meios oligopolistas de comunicação, a exploração que grande parte da sociedade sofre nos locais de trabalho e da miséria e contradições inerentes a esta sociedade.

Esta informação acaba tendo o objetivo de informar o que os capitalistas e o estado não desejam e não fazem através dos meios de comunicação, ou seja, informar que ao invés da felicidade, da harmonia, e da possibilidade de uma vida melhor nesta sociedade, o que reina é a miséria, a exploração, a desumanização do mundo, as guerras, e a luta constante e brutal de uma classe social (a burguesia) sobre outras (as classes explorada e oprimidas). Aliado a este objetivo vem surgindo e sendo cada vez mais divulgada a informação da possibilidade de uma nova sociedade, onde as pessoas são agentes de sua própria vida, onde são integrantes ativas da organização social e vivem em constante ligação na realidade com a informação existente, já que esta perpassará uma realidade sem o interesse vil dos capitalistas que a utilizam como meio de efetivar o lucro.

Este tipo de informação perdurará enquanto existir a sociedade que coloca na miséria e em estado desumano de vida, milhares de pessoas, pois, mesmo diante da mediocridade e do controle, ainda assim, continua a existir e ampliando o número de pessoas que lutam diariamente contra tudo que lhe aprisiona e lhe provoca o estado doentio de vida. Pessoas que buscam contribuir com a destruição das causas da exploração, da desigualdade e de todas as formas de informações que concordam com esta vida, perpassada pelos interesses da burguesia; informações que escondem a possibilidade de uma nova sociedade que será fruto da luta dos próprios trabalhadores, que buscam destruir esta forma de informação que não informa quem são os verdadeiros causadores e mantenedores desta sociedade que se tornou a sociedade mais vil e cruel de toda a história da humanidade. Mas a mudança é possível e necessária. Por isso, a necessidade de se fazer a divulgação da informação que anuncia a possibilidade de uma nova sociedade tendo esta como foco e objetivo final para uma transformação social. Assim, coloca-se em evidência a informação que não informa, a informação que reina na maioria dos meios de comunicação da sociedade capitalista, a informação que diz respeito à lógica capitalista.

Referências Bibliográficas

- BAGDIKIAN, Bem. *O Monopólio da Mídia*. São Paulo: Página Aberta, 1993.
- BOURDIEU, Pierre. *Sobre a Televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, p. 1997.
- CAPARELLI, Sérgio. *Comunicação de Massa Sem Massa*. São Paulo: Summus, 1986.
- GUARESCHI, Pedrinho A. *Comunicação e Poder: a presença e o papel dos meios de comunicação de massa estrangeiros na América Latina*. Petrópolis: Vozes, 1987.
- HESTER, Al. *International News Agencies*. University of Wisconsin, (mimeografado), 1976.
- MARCUSE, Herbert. *A Ideologia da Sociedade Industrial*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1973.
- VIANA, Nildo. *A Esfera Artística*. Porto Alegre: Zouk, 2007.

Edmilson Marques

Professor da Universidade Estadual de Goiás e doutorando em história pela Universidade Federal de Goiás.