



MODERNIDADE E MÍDIA: REFLEXÕES SOBRE A SENSAÇÃO DE INSEGURANÇA NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

Maurício Pedroso Flores ¹
Matheus Silva De Gregori ²

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo analisar a influência da mídia na sociedade informacional, considerando o papel, bem como a conseqüente influência, que estes meios desempenham no exame das questões que envolvem a segurança pública. Observa-se que a atuação dos órgãos de comunicação se coloca através de um discurso que nem sempre privilegia as discussões do problema. O enfoque por vezes superficial ou deslocado da questão acarreta consequências diretas na formação do pensamento dos indivíduos. Esse fenômeno se observa em diversos casos práticos, e a interpretação correta do papel das mídias impele a um estudo mais detalhado sobre seus métodos e seus verdadeiros objetivos. A participação democrática pode ser vitimada pela influência de meios de comunicação regidos pela lógica do índice de audiência. O discurso da mídia tende a refletir opiniões dominadas pelo poder econômico, que regula suas estratégias de engajamento social. A abordagem realizada demonstrou como consequências diretas desse processo a apatia política e o direcionamento do sentimento de insegurança e ansiedade moderna para a questão do combate ao crime. Assim, mostra-se pertinente questionar se as vias midiáticas não seriam responsáveis por fomentar preocupações desnecessárias ao desvirtuar informações e fornecer uma proporção hiperbólica aos reais perigos que corremos.

Palavras-chave: mídia; discurso; sociedade da informação; insegurança.

ABSTRACT

The present work aims to analyze the influence of the media in the informational society, considering the role and consequent influence they play in the examination of issues involving public safety. It is observed that the performance of the media is put through a discourse that is not always positive to the discussions of the problem. The approach sometimes superficial or shifted of the issue involves direct consequences in the shaping of the thinking of individuals. This phenomenon is observed in many practical cases, and correct interpretation of the role of the media drives them to a more detailed study of their methods and their real goals. Democratic participation can be victimized by the influence of the mass media governed by the logic of the audience ratings. The discourse of the media tends to reflect opinions dominated by economic power, which regulates their strategies of social engagement. The approach taken has shown as direct consequences of this process the political apathy and the directioning of the feelings of insecurity and anxiety for the modern issues of combating crime. So, seems pertinent to question if the media would not be responsible for fostering unnecessary anxiety by distorting information and promote a hyperbolic proportion to the real dangers we face.

Key-words: media, speech, information society; insecurity.

INTRODUÇÃO

¹ Autor. Acadêmico do 5º semestre do Curso de Direito da Universidade Federal de Santa Maria. Integrante do Grupo de Pesquisa em Direitos da Sociobiodiversidade (GPDS). E-mail para contato: mauriciopflores@gmail.com

² Coautor. Acadêmico do 5º semestre do Curso de Direito da Universidade Federal de Santa Maria. Integrante do Grupo de Pesquisa em Direitos da Sociobiodiversidade (GPDS). E-mail para contato: matheus.gregori@hotmail.com



A intensificação do papel da mídia³ nos aspectos sociais e políticos da sociedade informatizada – e mesmo sua elevação, para alguns, ao patamar de *quarto poder* – se dá num cenário de grandes transformações que caracterizam um período de transição da modernidade inaugurado pelas novas tecnologias de comunicação, e conduzido sob a ótica dos processos globalizantes.

A par de proporcionar vínculos para a participação democrática através da difusão de informações, é sabido que a mídia, concebida como um campo de disputa de interesses e sendo altamente suscetível a pressões econômicas, não oferece – e nem poderia, dada a multiplicidade de fatores que envolvem seu discurso – somente aquilo que seria seu fim, ou seja, o puro e simples ato de informar.

Sob a acusação de manipular seus interlocutores, os meios midiáticos evocam fatos e imagens para descrever os acontecimentos mundanos, o que implica a reconstrução da própria noção dos acontecimentos. Para delinear suas reais consequências na formação do pensamento de “massa” e sua ingerência nos assuntos da vida privada, torna-se imperioso desvelar a forma e a razão desse fenômeno tipicamente moderno de interação social.

Apreender o significado do discurso midiático – e antes disso, sua pré-figuração no contexto da produção de informações – é o princípio de uma análise que visa esclarecer o papel da mídia na discussão de toda a problemática que envolve a segurança pública, cuja influência na percepção social dos indivíduos tem se intensificado nas últimas décadas.

1 AS ESTRATÉGIAS DE DESVIO

Desde os primórdios da propriedade privada nossas residências jamais possuíram tantos mecanismos de segurança, mas de forma alguma podemos louvar esses aparatos e dizer que eles afastaram definitivamente a persistente sensação de insegurança da qual somos reféns. Seria a mídia a grande culpada por criar preocupações desnecessárias, ao deturpar informações e tratar as ameaças à segurança pública de forma desproporcional ao real perigo que corremos?

³ Por conta da estrutura complexa e multifacetada da instância midiática, o mais correto seria tratar do tema com a expressão *mídias*, e não *mídia*. Entretanto, como o discurso midiático analisado é frequentemente homogêneo na questão da segurança pública, faremos uso da aceção também no singular.



1.1 O enfoque errático

Primeiramente, é preciso deixar de lado o pensamento que limita a questão da (in)segurança exclusivamente ao aspecto criminal. A violência que se vê nos noticiários é sim um fator que contribui para a situação de insegurança atual, mas não é o único. Esse tipo de evento normalmente desencadeia uma reação de medo, que por sua vez aporta para o irracional – dentro dessa lógica, um público mais crítico seria menos vulnerável aos efeitos do discurso midiático e, conseqüentemente, poderia se dizer mais seguro. Entretanto, a modernidade⁴ está repleta de ameaças e riscos revestidos sob as mais diversas formas (desemprego, crises econômicas, crise ecológica) e que são temíveis também de um ponto de vista racional, que abalam a confiança ontológica dos indivíduos e acabam por alimentar a sensação de insegurança tanto quanto o medo de ser vítima de um crime. Se a tecnologia não é capaz de produzir mais segurança, isso demonstra

[...] ser falsa a tese de que mais conhecimento sobre a vida social (mesmo que tal conhecimento esteja o mais empiricamente escorado) é igual ao maior controle sobre nosso destino. [...] A expansão do nosso entendimento do mundo social poderia produzir uma abrangência progressivamente mais elucidativa das instituições humanas e, daí, crescente controle “tecnológico” sobre elas, se a vida social fosse inteiramente separada do conhecimento humano ou se esse conhecimento pudesse ser filtrado continuamente nas razões para a ação social, produzindo passo a passo aumentos na “racionalidade” do comportamento em relação a necessidades específicas. (GIDDENS, 1991, p.50)

A ansiedade moderna, traduzida na preocupação com a segurança e típica de um mundo onde tudo muda rapidamente, não é um objeto tão claro e definido como o são as estatísticas criminais, e é exatamente por isso tão difícil de ser captada pelas mídias, que optam por explorar incansavelmente o problema da violência sob a perspectiva de detalhes e singularidades dos fatos delituais. Esse método de enfoque parcial ou desvio da problemática verdadeira é conhecido há décadas por sociólogos e pesquisadores da área de comunicação. Barry Glassner narra um exemplo prático desse processo de manipulação midiática, ocorrido nos Estados Unidos:

⁴ Na concepção de Giddens (1991), vivemos em um período de “modernidade radicalizada”, etapa onde os efeitos do processo de modernização se sentem com maior intensidade na vida social. Outros autores, como Zygmunt Bauman, preferem o uso do termo pós-modernismo para destacar a emergência de uma fase não só evoluída, mas totalmente distinta da modernidade tradicional.



Durante 1994 e 1995, mais de 500 matérias sobre violência no local de trabalho foram publicadas apenas em jornais, e muitas incluíam estatísticas realmente assustadoras: 2,2 milhões de pessoas atacadas por ano; assassinato como principal *causa mortis* relacionada ao trabalho para mulheres, a terceira causa para homens. (GLASSNER, 2003, p.79)

Considerado até então como seguro pela maioria dos norte-americanos, o local de trabalho viu sua segurança brutalmente ameaçada por uma enxurrada de estatísticas e casos alarmantes. Porém, bastou um estudo mais detalhado da questão e a averiguação insuspeita dos fatos divulgados para que se percebesse que a imprensa criara um temor injustificável ao decretar uma epidemia de violência absolutamente inexistente.⁵ A partir daí pode-se questionar o que motivara os jornalistas estadunidenses a estarem tão dispostos a escrever a respeito de um fenômeno que estava longe de ser epidêmico, ao que Glassner (2003, p.81) aduz que talvez fosse pelo fato de a violência no trabalho ser “um modo de falar sobre a precariedade do mercado de trabalho sem confrontar diretamente o que coloca principalmente trabalhadores em risco: as incessantes ondas de demissões nas empresas iniciadas no começo da década de 1980”.

A conclusão do sociólogo reforça a ideia de que a mídia privilegia o espetáculo em detrimento da discussão esclarecida dos problemas. E no caso da segurança pública, a ideologia de maior visibilidade costuma ser a do combate implacável aos criminosos e a aplicação de penas mais severas (de morte, se for o caso) de modo a garantir a segurança do cidadão *de bem*. As questões que afetam o sistema penal são relativizadas e todos querem dar a sua resposta contra a violência que se ouve no rádio ou se vê nos telejornais. Do ponto de vista democrático, a mídia favorece positivamente esse tipo de interação, já que, sem informação, não é possível ter opinião formada. No entanto, pela forma como o problema é comumente tratado, através de uma estratégia baseada na erradicação dos perturbadores da “lei e da ordem”, não se pode criar mais do que um apelo irracional voltado à indignação popular. A mídia, em casos de forte comoção popular, deixa de premiar sua nobre função democrática ao incitar um sentimento de pânico generalizado que procede a tomada de atitudes de caráter tresloucado.

E a mesma busca do sensacional, portanto do sucesso comercial, pode também levar a selecionar variedades que, abandonadas às construções selvagens da demagogia (espontânea ou calculada), podem despertar um imenso interesse ao adular as

⁵ Nesse caso, Glassner (2003) revela que o desmascaramento se deu por um próprio jornalista que resolveu desconfiar dos fatos constantemente noticiados.



pulsões e as paixões mais elementares (com casos como os raptos de crianças e os escândalos capazes de suscitar a indignação popular), ou mesmo formas de mobilização puramente sentimentais e caritativas ou, igualmente passionais, porém agressivas e próximas do linchamento simbólico, com os assassinatos de crianças ou os incidentes associados a grupos estigmatizados. (BOURDIEU, 1997, p.74)

1.2 O “caráter democrático”

Já foi dito que as tecnologias de comunicação desenvolvidas e aprimoradas nas últimas décadas foram promotores formidáveis da participação democrática. Contudo, como salienta Charaudeau (2009, p. 20), “as mídias não são a própria democracia, mas são o espetáculo da democracia”. Sendo assim,

[...] através da mídia agindo como instrumento de informação mobilizadora, uma forma perversa de democracia direta pode instalar-se e fazer desaparecer a distância em vista da urgência, da pressão das paixões coletivas, não necessariamente democráticas, distância que é normalmente assegurada pela lógica relativamente autônoma do campo político. Vemos reconstituir-se uma lógica da vingança contra qual toda a lógica jurídica, e mesmo política, constituiu-se. (BOURDIEU, 1997, p.92)

Destarte, não é função da esfera midiática discutir e selecionar as soluções mais sensatas para as questões sociais, mas sim oferecer a oportunidade para que o público (ou os indivíduos mais influentes acostumados a representar esse público) torne suas opiniões visíveis. Basta observar o fato de que sempre que uma tragédia evitável (em termos) acontece, os conhecidos *especialistas em segurança* são chamados para depor nos canais televisivos, normalmente em favor de uma visão de mundo estritamente securitária. Outro recurso frequentemente utilizado é o da interatividade com o público através das enquetes, cujo resultado na maioria das vezes é previamente orientado pelas próprias reportagens.

Um exemplo é a adoção da pena de morte no Brasil. Mesmo vedada pela Constituição Federal, frequentemente se vê em debate através das enquetes televisivas – sendo que a maioria dos telespectadores costuma ser contrária ao que preceitua o ordenamento constitucional, fazendo crer que essa é a posição dominante não só entre os que assistem determinado programa, mas em relação à sociedade como um todo. Por mais que não possa influenciar diretamente as opiniões dos indivíduos, esse tipo de pesquisa gera impacto em suas percepções sociais na medida em que demonstra um comportamento “geral” da sociedade em relação a determinado problema. Desse modo, a mídia procura traduzir os



“anseios” da população e transmitir a vontade livre dos indivíduos. Com efeito, embora a democracia não se oponha a esse tipo de discussão, deve-se levar em conta que, além disso, vivemos em um Estado Democrático de Direito cujos princípios não toleram a violência repressiva contra os cidadãos.

Também a própria esfera política, em tese especializada nas questões de cunho social, recorre à mídia a fim de assegurar visibilidade de seus atos e pensamentos – o que significa reiterar perante o eleitorado seu compromisso com o bem geral dos cidadãos. Acontece que, como afirma Bauman (2000, p.57), “os mecanismos por trás da fabricação da incerteza e da insegurança são amplamente globalizados, estando portanto fora do alcance das instituições políticas existentes”. Isso quer dizer que a mesma dificuldade de captação dos problemas que aflige a esfera midiática também é responsável pela visão deficiente dos políticos no tratamento da segurança pública, ou seja, que existe

[...] uma inclinação bastante compreensível das elites políticas para desviar a causa mais funda de ansiedade – isto é, a experiência da incerteza e insegurança individuais – para a preocupação generalizada com ameaças (já deslocadas) à segurança. Há uma razão pragmática bem convincente que torna esse desvio politicamente (quer dizer, eleitoralmente) atraente. [...] Se dermos mais do que um pensamento passageiro às promessas eleitorais dos políticos de buscar uma vida melhor para todos através de uma maior flexibilidade do mercado de trabalho, de um comércio mais livre, de condições mais atraentes para o capital estrangeiro etc., poderemos vislumbrar, quando nada, os presságios de mais instabilidade e mais incerteza futuras. (BAUMAN, 2000, p. 57-58)

A fome, a pobreza e o desemprego são no máximo admitidos como fatores que contribuem para a violência, mas nunca são tratados como os grandes problemas – embora seja unânime, na opinião da imprensa e dos políticos, de que “algo deve ser feito”. Ao contrário de lidar com a questão de segurança de dentro para fora, trata-se de impor espaços de segregação a fim de alimentar a utopia de um oásis de segurança – dentro de um bairro, de uma rua, ou da própria casa – diante do caos urbano generalizado.

Os medos contemporâneos, os ‘medos urbanos’ típicos, ao contrário daqueles que outrora levaram à construção de cidades, concentram-se no ‘inimigo interior’. Esse tipo de medo provoca menos preocupação com a integridade e a fortaleza da cidade *como um todo* – como propriedade coletiva e garante coletivo da segurança individual – do que com o isolamento e a fortificação do próprio lar *dentro* da cidade. Os muros construídos outrora em volta da cidade cruzam agora a própria cidade em inúmeras direções. (BAUMAN, 1999, p. 55)



2 AS INSTÂNCIAS MUDIÁTICAS

Porém, como pensar em instâncias midiáticas puramente manipuladoras quando o que vemos são jornalistas de boa aparência, alguns deles com reputação nacional, todos falando para o público como quem se dirige a um familiar ou amigo? Talvez porque o interior dessas fábricas de informação seja tão intrincadamente complexo como qualquer outro, e também talvez porque, dentro desse contexto, não se possa saber exatamente quem é detentor do poder informacional.

2.1 O índice de audiência

Em seu famoso ensaio sobre a televisão, Bourdieu (1997) faz uso da definição de campo para compreender o que se passa no interior da complexa instância midiática. Segundo ele,

[...] os jornalistas – seria preciso dizer o campo jornalístico – devem sua importância no mundo social ao fato de que detêm um monopólio real sobre os instrumentos de produção e de difusão em grande escala da informação, e, através desses instrumentos, sobre o acesso dos simples cidadãos, mas também dos outros produtores culturais, cientistas, artistas, escritores, ao que se chama por vezes de ‘espaço público’, isto é, à grande difusão. (BOURDIEU, 1997, p.65)

Detentora de uma parcela do poder social, a mídia pode, como foi visto, manipular a lógica do real a seu favor. Acontece que a própria lógica midiática se vê dominada por outra lógica – a do campo econômico. Não há dúvidas de que existam diferenças substanciais entre os concorrentes de determinado meio de comunicação, podendo se falar em meios mais autônomos que outros.⁶ No entanto, todos são direta ou indiretamente afetados pelo índice de audiência, que no dizer de Bourdieu (1997, p.96) é a “sanção do mercado, da economia, isto é, de uma legalidade externa e puramente comercial, e a submissão às exigências desse instrumento de *marketing* é o equivalente exato em matéria de cultura do que é a demagogia orientada pelas pesquisas de opinião em matéria de política”.

⁶ Nesse caso, entende-se por autonomia a capacidade de não sofrer restrições ou qualquer tipo de censura por parte do poder econômico. As edições internacionais do *Le Monde Diplomatique*, por exemplo, representam um raro exemplo de mídia autônoma cujo alcance é global, ainda que suas tiragens sejam limitadas quando comparadas as dos jornais e revistas de maior circulação nos países que abrange.



Sob o manto da livre concorrência, as instâncias midiáticas buscam superar seus concorrentes da forma que lhes cabe, extraindo o máximo possível dos acontecimentos e imprimindo sua marca editorial em cada um deles. E em matéria de segurança pública isso pode significar uma visão unilateral de acordo com os interesses que estão em jogo, com vista à espetacularização dos fatos. Ao entrever uma história de crime com grande potencial de captação, os agentes da mídia deixam o compromisso com a verdade e a contextualização dos eventos invariavelmente em segundo plano, sendo necessário apenas que se faça a matéria *render* – mais detalhes, mais revelações e, acima de tudo, mais espectadores.

2.2 O discurso da informação

A realidade documentada, tomada como verdade inquestionável dos acontecimentos, configura-se como problema fundamental da comunicação na medida em que valor e efeito de verdade não se correspondem obrigatoriamente. Sobretudo para a mídia sensacionalista, cujo público é fiel e pouco se preocupa com questões de credibilidade, o que importa é fazer crer que algo seja verdadeiro, mesmo que as evidências sejam escassas ou suspeitas. Em outras palavras, saber o que há de real em determinado acontecimento interessa menos, na lógica da audiência, que o impacto assombroso que ele venha a causar. Também o tratamento das fontes – sejam elas oficiais ou não⁷ – revela-se de suma importância no contexto das matérias criminais, algo que demanda um tempo que os jornalistas normalmente não dispõem, pressionados que são pela cobertura instantânea de tudo que acontece no mundo.

Por outro lado, não se pode pretender um discurso da informação alheio às condições de percepção e interpretação das instâncias produtivas. Na medida em que é descrito e comentado, o “estado bruto” dos acontecimentos passa a depender de um processo de significação, nem sempre coerente, que, se não o altera, ao menos permite que olhares diferentes se dirijam a ele. É válido dizer também que algumas das acusações de manipulação que envolvem a mídia partem da concepção errônea de um público homogeneizado frente a

⁷ Exemplo emblemático do problema das fontes é o caso Escola Base, onde várias emissoras de televisão se deixaram levar pelas declarações de um delegado que, baseado apenas no inquérito policial, decretou que os suspeitos eram culpados. Provada a inocência dos envolvidos, restou às emissoras ressarcir os acusados que ajuizaram ações de dano moral. Isso demonstra que, mesmo se tratando de fontes oficiais, não se pode receber e repassar informações sem ter a mínima capacidade de averiguá-las – especialmente quando estas afetam a dignidade da pessoa humana.



jornalistas mal-intencionados, tese difícil de ser aceita numa sociedade diversificada ligada por redes complexas de interação.

Toda manipulação se acompanha então de uma enganação cuja vítima é o manipulado. Ora, não se pode dizer que as coisas acontecem exatamente assim entre as mídias e os cidadãos. Não se pode dizer que os primeiros tenham a vontade de enganar os demais, nem que estes engulam todas as informações que lhes são dadas sem nenhum espírito crítico. A coisa é bem mais sutil, e diremos, para encurtar, que as mídias manipulam de uma maneira que nem sempre é proposital, ao se automanipularem, e, muitas vezes, são elas próprias vítimas de manipulações de instâncias exteriores. (CHARAUDEAU, 2003, p.252)

A ideia da mídia também como vítima de influências exteriores compreende melhor o jogo de interesses econômicos e de pressões políticas que envolvem suas instâncias, bem como a condição de reflexividade⁸ inerente às instituições modernas. Não há que se falar em pura e simples manipulação da mídia na questão da segurança pública ou em qualquer outra, mas sim em influência do campo jornalístico. Evidente que os meios midiáticos, influenciados que são pela lógica do mercado, acabam muitas vezes por reforçar

[...] as tendências dos agentes comprometidos com o campo político a submeter-se à pressão das expectativas e das exigências da maioria, por vezes passionais e irrefletidas, e frequentemente constituídas como reivindicações mobilizadoras pela expressão que recebem na imprensa. (BOURDIEU, 1997, p. 114-115)

3 AS PROMESSAS DE SEGURANÇA

Já se expôs de que forma a mídia busca desviar às atenções do problema da insegurança, e também demonstramos que a “culpa” não lhe recai na forma clara e direta da manipulação, mas sim da influência baseada nos índices de audiência – pressão de natureza econômica. Com efeito, é possível destacar duas estratégias comumente ofertadas pelo discurso midiático para o problema da segurança pública e também da insegurança ontológica.

⁸ Uma das características da “modernidade radicalizada” apontada por Giddens (1991) é a reflexividade das instituições modernas, na medida em que, conforme evoluem, passam a gerar conhecimento sistemático sobre elas mesmas.



3.1 O “retorno ao equilíbrio”

Koff (2003) produz uma análise clarividente sobre a influência da mídia norte-americana como promotora das ações militares no contexto da Guerra do Iraque. Para o autor, a ameaça do terrorismo – sob a forma dos ataques de 11 de setembro – não foi, por si só, suficiente para que se gerasse um apoio maciço à famosa “guerra contra o terror”.

Da mesma maneira que grande parte do sucesso das espetaculares ações terroristas de 11 de setembro de 2001 se deveu não apenas ao sacrifício de milhares de civis nas torres do World Trade Center, mas à *visibilidade* do terror, a nova investida do governo de George W. Bush foi demarcada desde seu início por uma disputa ideológica realizada no campo midiático, tomado como palco ou teatro vivo das batalhas. (KOFF, 2003, p.110)

As imagens dos aviões se chocando contra os prédios de um símbolo do poderio norte-americano foram repetidas incessantemente ao longo dos meses seguintes, e cada vez que isso acontecia os norte-americanos sentiam cada vez mais que a sua segurança fora perdida. Não havia outra solução senão combater o inimigo externo, que de certa forma unia uma nação tão desigual em torno de um objetivo comum. Esse apelo de retorno a um estado anterior de segurança nacional desconsiderou questões de política externa – ainda que, para muitos, os objetivos da guerra estivessem estrategicamente ligados, desde o início, à questão petrolífera – e procedeu a formação de uma verdadeira coalização contra o medo individual, representado na figura do terrorista. Koff (2003, p.93) traça um paralelo comum dessa ação com aquilo que o mundo todo se acostumara a observar nos filmes *hollywoodianos*, onde “a sociedade americana é apresentada como um reduto da liberdade, da plenitude dos direitos, da segurança e da paz, mas subitamente encontra-se ameaçada por inimigos externos”.

A mensagem da busca pelo “retorno ao equilíbrio” pode contar assim com dois trunfos: relativiza o estado anterior ao da ameaça, que, por pior que fosse, passa a ser incessantemente desejado; e impele os indivíduos na crença simplista da guerra como solução de todos os problemas relativos à segurança.⁹

⁹ No caso do conflito no Iraque, esse engajamento diluiu-se na medida em que a guerra, aparentemente interminável, já custara um número alto de vidas e um enorme gasto de dinheiro público.



3.2 A apatia política

Em sentido oposto ao da estratégia anterior, a mídia também pode favorecer a mensagem do desengajamento político. Nesse caso, os interesses econômicos prevalecem diante de um possível cenário de mudança política, e o caráter democrático dos meios de comunicação é completamente ignorado.

A adoção de uma cultura do espetáculo em detrimento dos espaços dialéticos é visível se analisarmos as grades de programação das emissoras televisivas – novelas que imitam, *reality-shows* que dramatizam e telejornais que simplificam o real, afóra os debates condicionados ao bom senso nem sempre presente dos entrevistadores. Bourdieu (1997) chega a falar no antiintelectualismo como hábito jornalístico, ao se banalizar e uniformizar a realidade a tal ponto de os indivíduos não saberem mais como desligar-se das representações midiáticas na vida cotidiana e passarem a analisar seus problemas do ponto de vista destas.

Contudo, é importante salientar que uma mídia comprometida com a democracia e com o conhecimento não significa o sacrifício das suas funções de entretenimento. A maioria dos indivíduos não quer, após um longo dia de trabalho, ligar a televisão e ver mais e mais problemas (que às vezes nem mesmo os afetam diretamente) sendo debatidos incessantemente por interlocutores que utilizam uma linguagem nem sempre compreensível. O poder da mídia também está em proporcionar diversão, desde que não se tente, a partir de apropriações do real, subverter a lógica e condicionar a vida dos indivíduos.

O conceito de desengajamento está intimamente ligado ao credo de economia liberal, na medida em que procura legitimar a lógica comercial (representada, sobretudo, pelo índice de audiência) e acreditá-la como a única possível. De efeito mais devastador que a tática do desvio, que redireciona as forças mobilizadoras da sociedade para um alvo estrategicamente deslocado, a mensagem da apatia política – de que nada pode ser feito para mudar as instituições vigentes – é absolutamente desmobilizadora.

Assim, é bem a lógica do campo jornalístico que, sobretudo através da forma particular de que aí se reveste a concorrência e através das rotinas e dos hábitos de pensamento que ele impõe sem discussão, produz uma representação do mundo prenhe de uma filosofia da história como sucessão absurda de desastres sobre os quais não se compreende nada e sobre os quais não se pode nada. Esse mundo cheio de guerras étnicas e de ódios racistas, de violência e de crime, não é mais que um contexto de ameaças incompreensível e inquietante do qual é preciso antes de tudo se retirar e se proteger. E quando ela vem acompanhada de expressões de desprezo etnocêntrico ou racista (como acontece com frequência, particularmente no caso da



África ou dos “subúrbios”), a evocação jornalística do mundo não é feita para mobilizar e politizar; ao contrário, apenas pode contribuir para intensificar os receios xenófobos, assim como a ilusão de que o crime e a violência não cessam de crescer favorece as ansiedades e as fobias da visão securitária. (BOURDIEU, 1997, p.141-142)

Diante do apoliticismo generalizado, a única saída contra os “inimigos interiores” e a própria ansiedade parece ser a instalação de câmeras e cercas elétricas em nossas casas. Embora apresentem uma promessa de segurança sabidamente duvidosa, os aparatos securitários não necessitam de grandes comerciais ou estratégias de *marketing* para atraírem a atenção dos consumidores: é preciso apenas que os indivíduos continuem lendo jornais ou assistindo televisão.

CONCLUSÃO

Dentro da dinâmica da sociedade informacional, a mídia, nos dizeres de Castells (1999, p.419), “é a presença de fundo quase constante, o tecido de nossas vidas. Vivemos com a mídia e pela mídia”. Em outras palavras, já não é permitido aos indivíduos regredir na escala evolutiva da comunicação, e o discurso midiático não deve perder muito do poder social que possui nos dias de hoje – o avanço da globalização tem mostrado justamente o contrário. No entanto, a difusão da informação para distâncias e públicos jamais atingidos não corrobora no sentido de termos um mundo mais sob o nosso controle. A sociedade da informação não faz mais do que expandir as possibilidades de participação política, ganhos econômicos ou interações sociais – sem que isso signifique mais segurança naquilo que estamos fazendo.

Considerando o que foi aduzido, não se pode esperar que as mídias deixem de ser a fonte de insegurança que são enquanto valorizarmos pura e simplesmente a cultura do espetáculo. Toda vez que um crime é noticiado, começa uma busca desesperada por culpados ou por alvos que redirecionem a indignação popular. A mídia incita a busca por soluções rápidas porque trabalha com a instantaneidade e, sendo assim, reformas políticas graduais não são do seu total interesse.

A formação de um público acrítico corrobora com o aumento da influência midiática na medida em que este aceita as imitações e banalizações do real como substitutos fiéis da



realidade. As instâncias midiáticas, organizadas por hierarquias econômicas entre produtores e jornalistas, devem libertar o público – como também a si próprias – de um pensamento monista que visa somente à legitimação do capitalismo liberal. O dever democrático da mídia é prestar informações nem “puras” – ou seja, absolutamente desprovidas de percepção social, e nem dotadas de uma pretensão falsa de conhecimento, dirigidas à manutenção de sentimentos de anomia política.

Não haverá de se criar – apesar do enorme poder de alienação midiático – uma massa homogênea de indivíduos completamente manipuláveis. Mas mostra-se indubitavelmente necessário evitar a formação de uma cultura que tenha por bases o medo individual e o conformismo político, e como práticas a militarização da segurança pública, o direito penal máximo e o amplo uso de equipamentos securitários.

REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.
- _____. **Em Busca da Política**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Seguido de A influência do jornalismo e Os Jogos Olímpicos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.
- CASTELLS, Manuel. **A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura – Volume I: A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2009.
- GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora UNESP, 1991.
- GLASSNER, Barry. **Cultura do medo: Por que tememos cada vez mais o que deveríamos temer cada vez menos**. São Paulo: Francis, 2003.
- KOFF, Rogério Ferrer. **A Cultura do Espetáculo: Sete Estudos sobre Mídia, Ética e Ideologia**. Santa Maria: FACOS – UFSM, 2003.