



## A MÍDIA TELEVISIVA E SEUS IMPACTOS NA FORMAÇÃO DE OPINIÃO E NA COMUNICAÇÃO ENTRE AS PESSOAS

Suzaneide Ferreira da Silva Menezes\*

### RESUMO

Este ensaio trata do impacto da mídia televisiva na formação de opinião, cuja ascensão se deu com o avanço tecnológico, criando uma nova cultura a informacional a partir de sua interface tecnologia/linguagem digital, revolucionando a relação tempo/espaço. Modificaram-se as relações entre as pessoas, alterando as formas de comunicação ao adotar como mecanismo de interação mediada e quase-interação mediada, substituindo o burburinho criado com a interação face a face. Na realidade a mídia, principalmente, a televisiva amplia seu poder de persuasão ou de convencimento mediante o enquadramento do discurso, influenciando a formação de opinião seja de fatos, pessoas ou instituição.

Palavras-chave: Formação de opinião, enquadramento do discurso, mídia.

### ABSTRACT

This essay deals with the impact of the televising media in the opinion formation, whose ascension if gave with the technological advance, creating a new culture the informacional from its interface technology/digital language, revolutionizing the relation time/space. The relations between the people had been modified, modifying the forms of communication when adopting as mechanism of mediated interaction and mediated almost-interaction, substituting burburinho created with the interaction face the face. In the reality the media, mainly, the televising one extends its power of persuasion or of persuasion by means of the framing of the speech, influencing the opinion formation is of facts, people or institution.

Word-key: Formation of opinion, framing of the speech, media.

## 1 INTRODUÇÃO

O estudo em tela versa sobre os impactos da mídia televisiva na formação de opinião em meio à crise da modernidade, evidenciando algumas transformações do sistema econômico capitalista e o papel do homem moderno nesse processo. Em meio a esse contexto emerge a importância do avanço tecnológico por favorecer a construção e difusão de uma nova cultura a informacional, cujo impacto modificou a forma de captura da realidade, a partir do redimensionar dos sistemas de comunicação, principalmente a telecomunicação. Esse sistema tornou-se relevante na atual configuração da relação tempo

---

\* Docente.Doutoranda-Faculdade de Serviço Social- Universidade Estadual do Rio Grande do Norte.

e espaço, e conseqüentemente no impacto que a mídia televisiva tem no processo de formação de opinião e na comunicação entre as pessoas.

A interferência da mídia televisiva acontece em todas as áreas de conhecimento e competência, tais como: espaços destinados à representação política a ser exercida pelo povo junto a seus representantes e não por empresas ligadas à mídia; formas de captura da realidade; uso da distinção entre público e privado. Essa interferência acontece devido ao processamento da informação através da codificação e decodificação, pois esta define a relação emissor/receptor e os impactos que a mensagem tem no cotidiano das pessoas.

## **2 AVANÇOS TECNOLÓGICOS E A CULTURA INFORMACIONAL**

Entender a transformação capitalista e seus impactos nos papéis exercidos pelo homem moderno requer a abordagem de algumas transformações sociais, econômicas, políticas e culturais.

A vida na modernidade tem ritmos peculiares e se apresenta de forma contraditória. O homem moderno revela-se em um turbilhão de acontecimentos perversos e conflitantes oriundos da intensa divisão entre ricos e pobres, dominantes e dominados, divisão do trabalho, questão social, entre outros. As questões vinculadas à identidade extra-econômica são usadas pelo capitalismo para a materialização de condições opressora, principalmente de caráter ideológico, com maior intensidade em nível de gênero, mas especificamente a posição da mulher no capitalismo, sem, contudo, impedir ações que possibilitem a sua emancipação, diante da existência de forma hierárquica, não universal, de dominação masculina. Assim as pessoas enquanto sujeitos e produtos de sua história configuram determinadas práticas que conduzem à emancipação humana frente à opressão e as péssimas condições de vida dos destituídos dos meios de produção.

A revolução tecnológica emergiu em meados dos fins do século XIX tornando-se um novo paradigma tecnológico o da informação. Este se deu de forma aleatória, mesmo tendo surgido da necessidade de criar uma interface entre campos tecnológicos e uma nova linguagem a digital. A utilização da linguagem digital requereu o desenvolvimento de uma nova cultura, com novas regras, capaz de regulamentar o seu desenvolvimento, uso, acessibilidade e, sobretudo “o sistema de geração, processamento e transformação da informação” (CASTELLS,1999,p.50-1). A base material do paradigma tecnológico é a informação, a penetrabilidade, a lógica de redes (idem.1999), daí sua vinculação a análise da influência midiática na formação de opinião.

A rede informacional provoca a desterritorialização, conseqüentemente contribui para o surgimento de novas relações de enfrentamento da ordem vigente através da ação

em rede dos novos movimentos sociais, políticos e culturais, os quais cada vez mais estão se constituindo como poder de oposição ao instituído. As redes interativas estruturam uma nova geografia de conexões e sistemas. Por elas correm os fluxos, sendo o financeiro a base do capitalismo global. A informação circula em tempo real, substitui o excesso de papel, produz uma interação entre pessoas e setores, mas ao mesmo tempo, rompe com paradigmas tradicionais de controle de processo, de destaque ao individualismo e as relações de poder. Insere novas atitudes não reguláveis por ser ainda recente esse tipo de prática, o que lhe afere certo grau de risco, haja vista atuar na virtualidade ou na cibercultura.

Entre as mudanças e exigências dessa nova realidade está a necessidade de trabalhadores qualificados e especializados, onde a criatividade se torna essencial, pois as funções rotineiras são alteradas em função do acompanhamento da rapidez com que as informações são processadas e pela quantidade desta que são alimentadas pelo sistema informacional, com isso novas formas de relacionamento emergem o virtual. As pessoas passam a interagir através de máquinas, não sendo necessário o contato *in loco*.

Esse novo entendimento de espacialidade e temporalidade agora definida pelo fluxo da informação e de conhecimento transformaram em matéria-prima desse paradigma, a capacidade tecnológica do computador em processar as informações, em integrar, memorizar e a rapidez em microprocessar. A sua capacidade de microprocessar informação independe de tamanho, se são empresariais ou pessoais, fixos ou móveis, são revolucionários na difusão de uma nova cultura a intemporalidade, onde as distancias se tornaram insignificantes e as informações chegam a tempo real. As pessoas podem se comunicar e se ver independente da localidade em que estejam, portanto, a tecnologia informacional aproximou e ao mesmo tempo afastou as pessoas.

Essa tecnologia inovou também as telecomunicações através da construção de conexões e nós. A cultura do contato face a face provocou um redimensionar da forma de conduzir os conteúdos, muitas vezes processada de tal forma que não requer o pensar crítico, a reformulação das imagens, falas ou escritas difundidas em larga escala. A mídia utiliza os avanços tecnológicos como forma de garantir a qualidade, acessibilidade, precisão, velocidade e ampliação do raio de cobertura no que concerne à ampliação do poder de persuasão ou de convencimento.

No caso da mídia televisiva modificaram-se os conceitos público e privado, chamando a atenção para as características do público – que está associado à acessibilidade, a visibilidade ou observável ao que é realizado na frente de expectadores – e do privado – que se assemelha a escondido da vista dos outros ou acessível a um círculo restrito de pessoas (THOMPSON,1998).

O discurso do que é público apresenta-se falseado a fim de ser atrativo ou como forma de enfrentar o estranhamento de estar junto de pessoas estranhas, que lhes observam lhes fazendo assumir papel, que não é o real na esfera privada. Assim os papéis públicos são confundidos com o privado e nesse ínterim são explorados pelos meios de comunicação. A vida privada entra em cena conforme a habilidade de representar, da dimensão da sociedade, de relações de poder e interesses em jogo.

O cerne dessa questão é a relação dicotômica entre público e privado, porém a mídia televisiva agrega um outro elemento à visibilidade, principalmente da vida cotidiana de autoridades que exerçam papéis públicos, seja na política, no mundo artístico, entre outros ou acontecimentos que provoquem impactos nas vidas dos telespectadores, sejam tragédias, assuntos políticos, ciências, diversão, entretenimento, nas diversas áreas de conhecimento. Emerge uma nova forma de interatividade, que segundo Thompson se dão em interação face a face (ocorre num contexto de co-presença), interação mediada (implica no uso de um meio técnico) e a interação quase-interação mediada (implica uma extensa disponibilidade de informação e conteúdo simbólico no espaço e tempo) (THOMPSON, 1998,p.78-9).

A comunicação interfere na efetivação do processo de codificação e decodificação que varia conforme o contexto político, teórico e cultural, mas que é capaz de alterar a relação entre o emissor e receptor, bem como a intencionalidade do nível de interação e de sua representação. Para Stuart Hill traz a noção do que a representação encontra-se presente no modelo de codificação e decodificação. Por isso considera-se que somente podemos conhecer o real através da linguagem e da conceituação.

A relação codificação e decodificação é complexa são duas práticas diferentes, entretanto são relacionadas e conexas. Daí a necessidade de entender o consumo da informação, que é produzida em termos de circuitos de produção, que pode acontecer num determinado espaço e ser consumida em outro. A mídia nessa lógica capta a mensagem e se torna um universo discursivo. Essa lógica não garante a transparência do momento da codificação e decodificação, hegemonicamente em algumas realidades, dependendo da acessibilidade, a informação sofre influencia quanto à disponibilidade e interesse pela informação veiculada.

O cinema, o rádio e as revistas fazem parte de um sistema de cultura de massa que estimula a falsa identidade do universal e do particular, isto é, estabelece relações e diferentes níveis de interação sendo que no geral é interação mediada a quase-interação imediata. Essa cultura pode ser revolucionária ou opressora irá dependerá dos objetivos, compromissos políticos e econômicos em jogo, ou seja, a que grupo político pertence o meio de comunicação, salvo em alguns casos quando a empresa tem estreita vinculação a assuntos acadêmicos e culturais, através de conteúdos formativos e informativos. Há,

portanto diferentes situações de consumo da mídia, bem como esta exercem papel relevante na formação de opinião, nos mais variados ramos de conhecimento e acontecimentos cotidianos, previstos ou emergentes, conforme veremos a seguir.

### **3 A MÍDIA TELEVISIVA E SEU PAPEL NA FORMAÇÃO DE OPINIÃO**

A mídia pode ser consumida de diversas formas pelos cidadãos, interferindo em suas reflexões nos mais variados aspectos de suas vidas. A televisão é sem dúvidas um instrumento poderoso de dominação, esta utiliza a linguagem, mas acima de tudo à imagem que por se só tem significado, muitas vezes impactante e deturpador da realidade. A imagem envolve e prende a atenção do telespectador. A televisão faz uso da essência dos fatos, do estatuto visual da verdade e da personalização da temática abordada, seja pessoal ou institucional (ALDÉ,2004).

A mídia funciona através do uso de mecanismos cognitivos, onde o cotidiano se torna elemento definidor da condução, incorporação e repertório que alimentam suas programações diárias, fazendo com que o telespectador se identifique com seu conteúdo, legitimando-o através de um processo de enquadramento em que o telespectador se vê contemplado com as imagens e a fala.

O enquadramento da mensagem torna-se cada vez mais criativa, são aceitas e incorporadas nas falas dos cidadãos, que repetem o discurso sem o processamento do que é fato ou o que é especulação. Considera-se a mídia um instrumento importante de dominação, porém não universal, onde os profissionais envolvidos agregam determinados valores e opiniões que enfatizam ou não determinados aspectos que poderiam ou ser ou não relevantes. O fato de estarmos diariamente em contato com esses profissionais aflora um sentimento de intimidade, familiaridade, confiança e seriedade o que lhes abre espaço para introduzir os discursos enquadrados, que pode ser ou não o discurso dominante.

A disputa pela audiência é outro fator determinante para a definição da programação a ser acessada nos tempos livre, a fim de manter-se hegemonicamente no controle das informações acessadas. Nesses casos o entretenimento ou a diversão passa a ser acessada, muitas vezes mascarado por uma falsa oportunidade de escolha, numa relação de interação.

A credibilidade, o sentimento de imparcialidade e o compromisso com o telespectador associado à ética formam um canal direto com a população de forma que as pessoas se sentem representadas, favorecendo a construção do processo de formação de opinião, uma rotina de discursos enquadrados que vão sendo fixados e absorvidos como

verdades absolutas, mediante uma competência assustadora que muitas vezes são contraditórias e nem por isto a sua credibilidade é abalada.

A influencia da mídia na formação de opinião é sem dúvida avassaladora, usa-se o discurso associado à imagem seja de fatos, pessoas ou instituições. A imagem se torna pública e, se assemelha a opinião pública, que são “expressões que designam um complexo de posições teóricas acerca de um objeto qualquer” (Gomes, 2004,p.255). Esta pode ser um fato, um juízo de valor a respeito de coisas, política, criminalidade, etc. Nesse processo formam opiniões de imagens públicas mascarando a personalização, quando na realidade a vida privada se torna pública.

A formação de juízo de valor sobre uma pessoa, instituição ou fato qualquer são amplamente utilizadas durante as campanhas eleitorais. A mídia se torna um instrumento e meio de acesso as informações que possibilitem a compreensão da política, daí as grandes campanhas de marketing, pois a imagem pública é definidora, tem impacto maior do que a proposta de um candidato, a exemplo tem-se os debates entre candidatos, com perguntas programadas a partir de suas agendas e propostas políticas, o que enaltece determinadas questões e desvia a discussão de temáticas mais relevantes.

A mídia é magnífica, é um instrumento de convencimento ou de rejeição a determinados fatos, enquanto defende a democratização, todavia a comunicação não é neutra nem imparcial, possui grande poder hegemônico de dominação refletido no enquadramento do discurso e da imagem com narrativa predominantemente dominante, devido as grandes empresas serem privadas e comercializarem seu espaço. Portanto, devemos olhar com mais cuidado as informações acessadas, processadas e difundidas, pois a intemporalidade pode ser um elemento falseador dos fatos, pois o imediato nem sempre é o real.

#### **4 CONCLUSÃO**

As contradições que permeiam o projeto civilizatório da modernidade são profundas, constroem novas formas de opressão daqueles que são destituídos dos meios de produção e ao mesmo tempo gera mecanismos de enfrentamento, de emancipação humana, de organização em grupos representativos e de espaços políticos. Percebe-se que o fator econômico não é decisivo, mas é determinante, é estimulador de novos experimentos que possam favorecer o acúmulo de capital, que possam facilitar o fluxo e a internacionalização dessas relações, agora caracterizada pela financeirização e pela virtualidade das relações.

O papel do homem moderno também entra em crise, alguns dilemas surgem com muita força como a febre da internet, a rede mundial de computadores que interliga pessoas de todos os continentes, desde que tenham acesso a linha telefônica, um computador com *fax-modem* e um programação de navegação na rede. Todavia apesar de ser difundida em larga escala ainda não é uma realidade para todo este tipo de tecnologia é ainda bastante excludente. A linguagem digital exclui muitos trabalhadores, reduz o número de funcionários, aumenta o fluxo de comunicação e interliga as pessoas em tempo real, revolucionando a relação tempo espaço.

A cultura informacional é amplamente difundida no mundo midiático, torna a mensagem mais atrativa, de fácil acesso e grande impacto visual. Amplamente utilizada na telecomunicação, principalmente a televisiva, consegue introduzirem-se nos lares cotidianamente, envolvendo as pessoas em relações íntimas quando na realidade são frias e enquadradas em discurso predominantemente de interesses contrários aos destituídos de riqueza. Essa prática revolucionou a interatividade, as pessoas deixaram de relacionar-se e comunicar-se face a face, adotaram como natural à interação mediata ou quase mediata, as pessoas apesar de não dialogar com a mídia televisiva se sente como se isto acontecesse, diante do grande poder de sedução que a imagem e o enquadramento do discurso conseguem.

Apesar do fluxo de comunicação ser predominantemente em sentido único este consegue influenciar a opinião das pessoas ao agregar imagem, discurso, trejeitos e outros elementos que falseiam a relação de parcialidade, apesar de defenderem a democratização da comunicação, a neutralidade, a seriedade e o compromisso com o estatuto de verdade virtual.

## REFERÊNCIAS

ALDÉ, Alessandra. **A Construção da política**: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa. Rio de Janeiro: FVG Editora, 2004.

BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar**: a aventura da modernidade. 9ª reimpressão, São Paulo: Companhia das Letras, 1992 (Marx, modernismo e modernização).

CASTELLS, Manuel. A Política Informacional e a Crise da Democracia. In **O poder da identidade** (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v.2). São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede** (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v.1). 3ª ed., São Paulo: Paz e Terra, 1999.

GOMES, Wilson. A Transformação da Política. In **Transformações da política na era de comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

HALL, Stuart. Codificação/Decodificação. In: **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

THOMPSON, John B. A Transformação da Visibilidade. In: **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 2. ed., Petrópolis: Vozes, 1998.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 1995.