

Mídia Como Objeto de Opressão Sedutora¹

Eliene FIGUEIRA²

Marcelo AMORIM³

Jaqueline FERNANDES⁴

Josiane SANTOS⁵

Rodrigo FALCÃO⁶

Thaís OLIVEIRA⁷

Liliana RODRIGUES⁸

Faculdade Boas Novas, Manaus, AM

RESUMO

Os meios de comunicação são inventos que permitem a interação entre as pessoas. Desde os primórdios, o homem desenvolveu diversas formas para se comunicar através de desenhos, sinais, criação de objetos e entre outras. Com o desenvolvimento tecnológico os processos comunicativos se tornaram mais eficientes e atrativos. A mídia como objeto de opressão sedutora é uma charge que tem como objetivo apresentar os resultados negativos que os meios de comunicação de massa geram nas pessoas.

PALAVRAS-CHAVE: charge; meios de comunicação de massa; opressão.

1. INTRODUÇÃO

É impossível não se comunicar. A comunicação humana é um processo contínuo, todas as pessoas têm a capacidade de interpretar, compreender e elaborar símbolos e signos. Comunicar é compartilhar informações, sendo que esses dados mudam de acordo com a realidade de cada um.

Qualquer que seja o caso, o que a história mostra é que os homens encontraram a forma de associar um determinado som ou gesto a um certo objeto ou ação. Assim nasceram o signo, isto é, qualquer coisa que faz referência a outra coisa ou ideia; e a significação, que consiste no uso social dos signos. A atribuição de significados a determinados signos é

¹Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria: Produção Transdisciplinar, Modalidade Charges.

²Aluno líder do grupo e estudante do 2º Semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: eliene_pink12@hotmail.com

³Estudante do 2º Semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: marcelloamorim2010@gmail.com

⁴Estudante do 2º Semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: jack_lene2005@hotmail.com

⁵Estudante do 2º Semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: Josy_tintezadopapai@hotmail.com

⁶Estudante do 2º Semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: rodrigo17_falcao@yahoo.com

⁷Estudante do 2º Semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: thaysoliveira@hotmail.com

⁸Orientadora do trabalho. Professora de Comunicação Social: Teorias da comunicação de massa: liliana@oana.com.br

precisamente a base da comunicação em geral e da linguagem em particular.
(BORDENAVE. 2006, P.24.)

Os meios de comunicação de massa têm um grande poder de influência sobre a população. Com a criação do computador, do celular e da internet houve uma velocidade na transmissão de informação. A mídia por promover variadas questões culturais, faz com que cada indivíduo se torne refém em determinados assuntos. Devido os meios exercer formações de ideologias e opinião pública, as pessoas sempre estarão sujeitas a serem influenciadas positivamente ou negativamente.

A charge é um dos elementos do grande crescimento da tecnologia. Devido a sua maneira de expor os fatos, a charge tem por objetivo satirizar, por meio de um desenho, algum acontecimento atual. Sendo então, uma crítica político-social onde o autor da charge expressa com humor e sátira a sua visão sobre determinadas situações cotidianas.

A charge “A Mídia Como Objeto de Opressão Sedutora” foi denominada durante o seu processo de elaboração, pois se refere à sedução e opressão que a mídia exerce na vida dos indivíduos.

2. OBJETIVO

Apresentar as influências negativas que os meios de comunicação de massa geram na vida das pessoas.

3. JUSTIFICATIVA

A comunicação de massa surgiu por volta do século XIX, a partir da invenção do telefone, porém seu maior destaque foi a televisão e a internet ”A televisão brasileira surge na época de um reordenamento da economia mundial, marcado principalmente pela hegemonia que os Estados Unidos adquirem a nível mundial em detrimento da Inglaterra (CAPARELLI. 1980, P 11)” . Tais meios de comunicação surgiram para revolucionar a vida de dos seres humanos, mas junto a essa revolução vieram os lados negativos.

O que tudo isso significa é que as pessoas na Era de Símbolos e Sinais tinham de manter suas mensagens simples, e tinham de transmiti-las vagarosamente. Assim, tal como suas ferramentas eram primitivas, seus meios de comunicação eram ineficientes e complicados em comparação com sistemas de linguagem. (DEFLEUR, E BALL-ROKEACH. 1989, p. 29)

Hoje em dia, os meios de difusão conseguem persuadir as pessoas sem que elas possam ao menos se defender. Essa persuasão se faz possível pelo fato de os indivíduos serem bombardeados por todos os lados de informações que mudam a todo instante e com essa rapidez o ser humano acaba indo à busca de algo que possa facilitar sua forma de viver, algo que o faça saber mais e analisar menos, e é por esse fator que a sociedade se deixa influenciar pelas mídias sociais.

Pela intermediação, sempre eficiente e eficaz, da mídia, chega-nos, todo dia, parte substancial do conhecimento sobre a vida a cerca dos fatos do mundo; do mesmo modo, nossas percepções dos acontecimentos narrados ou mostrados vêm timbradas por percepções, preocupações e valores que são os dos mediadores nos quais depositamos confiança (LAHNI E PINHEIRO. 2008, p. 35).

Após a facilidade de obter informação muitas pessoas acomodaram-se e não procuram mais averiguar se a notícia tem procedência. Esse motivo tem causado uma alienação na humanidade. A intenção da charge foi apresentar o que os usuários dos meios de comunicação de massa passam sem perceber ou sem querer perceber.

O desenho mostra que o personagem está com diversos atrativos a sua frente e mesmo assim se sente insatisfeito. Muitas pessoas se encontram dessa maneira, completamente oprimidos e aprisionados pelo poder midiático e a charge foi uma forma de representar o que ocorre no mundo real.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS

Como procedimento metodológico, tivemos uma reunião em equipe para a escolha do tema. Em seguida, trocamos ideias sobre a temática escolhida para formularmos uma boa interpretação da charge em relação às consequências dos meios de comunicação de massa e sua influencia. Depois, abrimos uma discussão para compor uma imagem virtual do que seria a formulação da caricatura de caráter humorístico. O processo final foi produzir a charge.

5. DESCRIÇÃO E PROCESSO

A charge apresenta um personagem que se encontra com vários atrativos de multimídia, porém aprisionado pelo que essas mídias “vendem” ou tentam revelar na subjetividade. O desenho busca fazer uma alusão ao que é vivido por muitas pessoas hoje.

A pessoa fictícia representa um encarcerado por um turbilhão de informações e/ou imagens que se contrastam com a linguagem e os interesses de seus manipuladores por trás

das ferramentas de comunicação, e o confundem a ponto que na maioria das vezes perde sua identidade e o prendem, exterminando suas convicções.

O cenário desta opressão de artifícios da mídia hodierna além de ser um objeto de manipulação e aprisionamento age com imagens, palavras e afirmações muitas vezes subliminares. Exemplo disso é quando se troca o sacro pelo profano ou mesmo se tenta impor um produto de qualidade duvidosa.

6. CONSIDERAÇÕES

A partir desse trabalho pôde-se frisar a importância que a comunicação exerce desde tempos passados até os atuais. É essa interação que movimenta todas as classes da sociedade e faz com que o mundo possa viver de forma harmoniosa. Os meios de difusão são essenciais na vida dos seres humanos e da mesma forma os seres humanos na existência desses meios.

Na verdade, a Comunicação de Massa não explicita o desejo de mandar em ninguém sob nenhum ponto de vista. Ela certamente pode convencer, enganar, mistificar, mentir, persuadir, converter, iludir, engodar, seduzir e muitas outras qualificações tantas vezes atribuídas. Os adjetivos são legítimos, mas o fato é que estas qualidades não instauram propriamente uma ordem de comando, pois mandar mesmo, ordenar e, efetivamente, se ver obedecida é algo estranho- ou ao menos não é muito necessário – na experiência dentro da Indústria Cultural. A ideia de um poder exercido na dimensão interna da cultura da Comunicação de Massa é de difícil sustentação. Ela não precisa mandar, uma vez que pode convencer (ROCHA, 1995, p.181)

Apesar todos os benefícios e necessidades a má administração desses veículos trouxe uma alienação de muitos indivíduos. A falta de discernimento fez com que o teatro executado pela mídia fosse aceito como a mais sincera verdade.

O presente trabalho veio com o intuito de expor, através de embasamentos em obras de autores conceituados, o lado que não é divulgado. A comunicação, independente por qual veículo tenho vindo, tem que ser analisada e consolidada. Nós temos que manipulá-la e não deixar que ela nos manipule.

7. REFERÊNCIAS

ROCHA, Everardo. **A sociedade da convergência: comunicação, cultura e consumo**. Rio de Janeiro: Editora Manuad Ed, 1995.



LAHNI, Cláudia. PINHEIRO, Marta. **Sociedade e comunicação: Perspectivas contemporâneas**. Rio de Janeiro: Editora Mauad X, 2008.

DE FLEUR, Melvin. BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar Editor, 1993.

CAPARELLI, Sérgio. **Comunicação de massa sem massa**. São Paulo: Editora Summus Editorial, 1986.

BORDENAVE, Juan. **O que é comunicação**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2006.