



Mídia e Poder Público: Binômio Indissociável?¹

Ezequiel Schukes Quister²
Centro Universitário Uninter, Curitiba, PR.

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo demonstrar de que forma se dá a relação entre o Poder Público e a mídia. Buscou-se estabelecer os elementos desta dependência e de que forma eles se coadunam. A intenção é verificar se há dependências recíprocas e principalmente, de que maneira elas afetam a sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: Binômio; mídia e manipulação; Poder Público; comunicação e discurso.

OS LIMITES (IMPOSTOS OU NÃO) DA IMPRENSA

Em janeiro de 2012 o Observatório da Imprensa, entidade cuja finalidade é refletir sobre os aspectos da mídia no país, publicou uma matéria³ em seu site - na verdade uma reprodução de uma reportagem do jornal Estado de São Paulo – apresentando uma iniciativa do governo do Estado da Bahia para a criação de um Conselho de Comunicação Social de âmbito estadual, encarregado de planejar e elaborar políticas públicas para o setor. Por ser a primeira iniciativa desta espécie em âmbito estadual, a crítica feita pelo Observatório a tal intenção recaiu justamente sobre o eufemismo que se mostra no ato de regular as informações que são produzidas pela mídia daquele Estado. O receio era que se usasse dos meios político-partidários para influenciar e, porque não, dissuadir críticas à gestão pública. O caráter crítico da reportagem do Observatório demonstra a ideia corriqueira de que o Estado busca sempre uma forma de repressão e limitações ao processo de produção e difusão de notícias.

É importante salientar que desde 30 de dezembro de 1991 existe a Lei 8.389, que instituiu o Conselho de Comunicação Social, cuja responsabilidade é justamente regular

¹ 1 Trabalho apresentado no Intercom Júnior (IJ) – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, dentro do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 4 a 6 de junho de 2015.

² Jornalista formado pelo Centro Universitário Uninter. Graduando em Direito. E-mail: ezequielq@uol.com.br

³http://www.observatoriodaimpresa.com.br/news/view/_ed677_o_poder_publico_e_o_controle_social_da_midia



algumas questões deste meio. Em seu art. 221, reproduzido abaixo, verifica-se de imediato a questão de impor “princípios” que deverão nortear o processo de produção de notícia, atitude criticada por certas categorias de imprensa, que veem nesse dispositivo um retrocesso, e porque não um processo de cerceamento, de censura velada. Porém, é preciso avaliar e saudar a iniciativa de Lei quando esta tem por finalidade não a imposição de limites ao processo de produção e difusão da notícia, mas garantir a qualidade desta naquilo que se espera de uma informação: lastro e veracidade.

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

- I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;
- II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;
- III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;
- IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

O ministro do Supremo Tribunal Federal (STF), Luis Roberto Barroso, argumenta que o aspecto aparentemente cerceador da mídia, constante no aludido artigo, serve na verdade como norte para a produção de notícias. Os limites, então, se dão pela necessidade de salvaguardar os direitos e garantias fundamentais das pessoas, conforme Art. 5º da Constituição brasileira, e garantir um mínimo de responsabilidade pelo que se publica. Ele diz:

Além desses limites explícitos na Constituição, há outros que podem ser, com facilidade, considerados imanentes. Em relação à liberdade de informação, já se destacou que a divulgação de fatos reais, ainda quando desagradáveis ou mesmo penosos para determinado(s) indivíduo(s), é o que a caracteriza. Da circunstância de destinar-se a dar ciência da realidade, decorre a exigência da verdade – um requisito interno, mais do que um limite –, já que só se estará diante de informação, digna de proteção nesses termos, quando ela estiver presente. Lembre-se, porém, que a verdade aqui não corresponde, nem poderia corresponder, a um conceito absoluto (BARROSO, 2004, p. 11).

Barroso defende que as ações do poder judiciário são menos censurar e mais advertir a imprensa sobre os limites de sua função. Ainda que se invoquem as garantias constitucionais de liberdade de expressão, o ministro deixa claro que “é evidente que tanto a liberdade de informação, como a de expressão, e bem assim a liberdade de imprensa, não são direitos absolutos” (2004, p. 11). Todavia, limitar tais direitos parece



ser uma afronta maior do que simplesmente aceitar sua livre e plena expressão, já que eles se fundam em direitos garantidos pela Constituição brasileira e tratados internacionais⁴, e como tais, colocam os indivíduos à frente dos ditames que as normas podem produzir.

La liberté de la presse se fonde sur le rôle social qui est dévolu aux médias et aux professionnels de l'information dans une société démocratique (...). Ce rôle consiste à rechercher, collecter, traiter, commenter et diffuser, sans entrave, l'information d'intérêt public nécessaire à l'existence et au maintien de la vie démocratique. La liberté de la presse découle des libertés fondamentales de pensée, de parole, d'expression et d'opinion reconnues dans divers documents d'ordre juridique, au plan national et international⁵ (CONSEIL DE PRESSE DU QUEBEC, 2003, p. 7).

Em uma sociedade democrática de Direito as relações entre a imprensa e o Poder Público assumem papel relevante para a população, pois, conforme visto até aqui, uma sociedade moderna é alicerçada sobre os aspectos da informação mediatizada. Ainda que se discutam aqui os aspectos falhos dessa relação, é importante frisar que ela é essencial para a manutenção da democracia.

Les restrictions que peuvent prévoir les lois ne devraient autoriser aucune forme de censure des nouvelles, des reportages, des commentaires et des opinions, notamment ceux de nature politique. Ces dispositions législatives ne devraient en aucun temps être invoquées pour réduire le droit de la presse de critiquer le gouvernement (...). L'État peut faciliter l'existence et le développement d'une presse libre et de qualité. Son rôle doit viser à favoriser le droit du public à une information complète et authentique; il doit éviter toute action susceptible de restreindre ou d'altérer les contenus de l'information. L'État doit se garder de légiférer pour gérer l'information⁶ (CONSEIL DE PRESSE DU QUEBEC, 2003, p. 10).

⁴ Declaração universal dos direitos do homem, Nações Unidas, 1948; Convenção europeia sobre salvaguardar os direitos do homem e suas liberdades fundamentais, Conselho Europeu, Strasbourg, 1956.

⁵ A liberdade de imprensa se fundamenta no papel social atribuído aos meios de comunicação e profissionais da informação em uma sociedade democrática (...). Este papel é o de procurar, coletar, tratar, comentar e disseminar, sem entraves, informação de interesse público necessária à existência e manutenção da vida democrática. A liberdade de imprensa decorre das liberdades fundamentais de pensamento, de falar, de expressão e opinião, reconhecidas em vários documentos legais, nos planos nacional e internacional (tradução livre).

⁶ As restrições que podem ser previstas em leis não deve permitir qualquer forma de censura de notícias, reportagens, comentários e opiniões, inclusive as de natureza política. Essas disposições legislativas não devem, de forma alguma, ser invocadas para reduzir os direitos da imprensa de criticar o governo (...). O Estado pode facilitar a existência e o desenvolvimento de uma imprensa livre e de qualidade. Seu papel deve visar ao direito do público e a uma informação completa e autêntica; ele deve evitar todas as ações suscetíveis de restringir ou alterar o conteúdo das informações. O Estado deve evitar legislar para gerenciar informações (tradução livre).



O conflito aparente entre a norma que permite e a norma que limita é um exemplo típico das dificuldades de se encontrar um equilíbrio em nosso ordenamento jurídico, pois, “o que caracteriza esse tipo de situação jurídica é a ausência de uma solução, em tese, para o conflito, fornecida abstratamente pelas normas aplicáveis” (BARROSO, 2004, p. 3). Nada mais correto nestes casos que agir sempre em busca da razoabilidade, baseado nos princípios que norteiam as interpretações jurídicas e que visam à justiça, mais do que aos direitos.

O BINÔMIO

Assim, pelo exposto acima, infere-se de imediato um estreito relacionamento entre o Poder Público e a mídia. Esse binômio é entendido aqui como um processo, a partir do qual o Poder Público busca na mídia uma forma de manutenção de suas ações, objetivando mostrar à população aquilo que de melhor faz, mitigando o que deixa de fazer ou não faz. Em uma sociedade em que a mídia determina boa parte do que é discutido pela opinião pública, nada mais natural que o Estado, ou Poder Público, se aproxime desta instância de difusão para dela tirar partido de seus interesses. Nesse sentido, é possível perceber pelo que foi discutido até aqui que a mídia, por seu turno, aproveita-se dessa situação e também reage de forma a manter uma aliança de proveito mútuo, visto que ambos, ainda que percorram vieses diferentes almejam ao mesmo fim, qual seja: produzir, difundir e até manipular a informação.

Cabe destacar que a mídia, entendida como os meios de comunicação de massa (rádio, televisão e internet), de forma recorrente pratica uma forma de espetacularização da informação com fins de persuadir a opinião pública. Tal afirmativa parte do pressuposto de que “um discurso ou narrativa tende a ser mais verossímil quanto mais elementos (provas) existirem em seu favor. Porém, em jornalismo as diversas possibilidades e fontes de consulta podem fomentar e fundamentar uma narrativa do real” (QUISTER, 2012, p. 21). “Essa narrativa passa pelo trabalho de construção de sentido de um sujeito de enunciação que o constitui em ‘mundo comentado’ dirigido a outro (...)” (CHARAUDEAU, 2012, p. 95).

A casuística dos processos de comunicação expõe as dificuldades e fragilidades de se regular e impor uma conduta responsável à mídia; se é que isso é possível.



Evidencia também o papel do Poder Público em utilizar-se de dispositivos da mídia com objetivo de impingir comportamentos e convicções à massa, numa evidente tentativa de impor elementos da *agenda setting*, que é um tipo de efeito social da mídia. “É a hipótese segundo a qual a mídia, pela seleção, disposição e incidência de suas notícias, vem determinar os temas sobre os quais o público falará e discutirá” (BARROS FILHO, 2001, p. 169). É possível inferir que ambas as instâncias se utilizam desta teoria, cada qual à sua maneira, numa relação de construção de sentido que justifique as verdades que cada uma busca, bem como impor, convencer àqueles a quem as mensagens são dirigidas. Então, é certo perguntar:

O que é, pois, a verdade? Um exército móvel de metáforas, metonímias, antropomorfismos, numa palavra, uma soma de relações humanas que foram realçadas poética e retoricamente, transpostas e adornadas, e que, após uma longa utilização, parecem a um povo consolidadas, canônicas e obrigatórias: as verdades são ilusões das quais se esqueceu de que elas assim o são, metáforas que se tornaram desgastadas e sem força sensível, moedas que perderam seu cunho [*Bild*] e agora são levadas em conta apenas como metal, e não mais como moedas (NIETZSCHE, 1994, *apud* MOREIRA, 2013).

A ilusão citada por Nietzsche diz respeito ao viés da construção de sentido, que, se faz presente nas formas mais diversas do conteúdo midiático. Não que sejam necessariamente ilusórias, no sentido mais específico do termo, mas que sofrem as pressões daqueles que produzem a notícia (instâncias de produção), ou daqueles que pretendem interferir em sua produção (poder público). Em suma, ambos participam do processo de criação de realidade, a qual nem sempre está longe daquilo que se poder considerar ilusão.

A mídia, privada ou Estatal, parecer exercer algumas formas de influência sobre a massa. Quanto à mídia Estatal, seu viés é pela informação, apenas divulgação de seus atos. Sua intenção é apenas demonstrar ao cidadão os aspectos mais virtuosos de sua governança. “O sistema público de televisão, quando existente, tende a apoiar as políticas de governo” (AZEVEDO, 2006, p. 90). Já a mídia privada, ainda que sob concessão do Estado, procura um viés mais apelativo, ligado aos interesses daqueles que produzem a notícia.



Historicamente algumas das características mais notáveis do nosso sistema de mídia permanecem imutáveis: o monopólio familiar e a propriedade cruzada nos meios de comunicação de massa, a pequena diversidade externa do ponto de vista político e o viés conservador, a baixa circulação dos jornais associada ao baixo número de leitores e, como consequência, no campo da grande imprensa, um jornalismo orientado prioritariamente para as elites e permeável à influência dos públicos fortes (AZEVEDO, 2006, p. 89).

O fruto disso se reflete no comportamento das massas:

As ideias, reflexões e conceitos da maioria das pessoas são amparados, ou melhor, são frutos de uma relação entre as ideologias presentes na sociedade e convicções pessoais. As pessoas comunicam-se e, cada vez mais, organizam seus pontos de vista, com isso muitas vezes formam suas opiniões e fazem suas escolhas com base no que lhes é informado através dos meios de comunicação (NUNES, 2008).

O que foi citado por Poliana Rollo Nunes com relação à frequência sobre a qual as pessoas se utilizam das mídias para formar opiniões é bastante relevante, pois nossa sociedade é formada a partir dos muitos elementos fabulativos que fazem de nossa cultura um emaranhado de credos e crenças, formando nossas ideologias a partir de estruturas, nem sempre rígidas, como o bem e o mal, o virtuoso e o malandro, deificando nossos heróis e mesmo os malandros (DaMATTA, 1986, p. 27). Percebe-se que fábula e o espetáculo são uma realidade que permeia nosso imaginário coletivo, onde “tudo funciona como se toda a atenção da mídia e da percepção pública fosse maquiaveliticamente dirigida ao ‘teatro’ da política, a política como espetáculo (...) como uma ‘novela’” (SOUZA, 2009, p. 421).

DEPENDÊNCIAS RECÍPROCAS?

É importante salientar que a relação entre as instancias de produção de informação e o Poder Público é antigo, principalmente nos aspectos de dependência recíproca. Essa dependência se dá, principalmente, pela ascensão do poder institucionalizado da mídia, o qual influencia as agendas políticas e moldam a opinião pública. É pela mídia televisiva que maioria das pessoas toma conhecimento sobre as questões eleitorais, por exemplo, já que ela está presente em mais de 84% dos lares brasileiros⁷. Esse pode ser considerado um exemplo típico dessa dependência, já que

⁷ ftp://ftp.ibge.gov.br/Indicadores_Sociais/Sintese_de_Indicadores_Sociais_2012/SIS_2012.pdf



ambos se beneficiam da audiência e da oportunidade de atingir milhões de lares. Na verdade,

(...) todos nós já sabemos há muito, ou seja, que o principal acesso dos brasileiros ao sistema de mídia se dá através da mídia eletrônica, o rádio e a televisão, indicando que pelo menos 2/3 da população obtêm suas informações básicas sobre o país e o mundo através destes dois veículos (...). Apesar disso, diversas pesquisas mostram que nos períodos eleitorais as principais fontes de informação do eleitor são justamente os programas do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) e que os debates eleitorais travados nos pleitos majoritários mais competitivos (como as disputas presidenciais) atraem a atenção de milhões de espectadores e eleitores.

Nesse contexto social é claro que vários segmentos da sociedade são influenciados pela mídia. Os poderes estatuídos são fatalmente afetados pelas demandas criadas pelas mídias, bem como pela difusão de suas opiniões. Até mesmo o Direito sofre as influências de uma mudança de paradigma social, cujo cerne se acha no seio das mídias e na velocidade de suas respostas. Então, “o Direito influencia a realidade e sofre a influência desta” (BARROSO, 2004, p. 161). A problemática neste caso é evidente: o Direito é lento, é uma máquina pesada e grande, e sempre anda na retaguarda das transformações sociais que se esperam. Já a mídia é um mecanismo de ação rápida e influencia de forma imediata, cujas transformações nem sempre são acompanhada pelas transformações jurídicas. Esse axioma é tanto mais verdade quando se evidencia uma recente, mas não súbita mudança nos aspectos do poder. Passamos “de um poder vertical, hierárquico e autoritário, (...) para um poder horizontal, reticular e consensual (um consenso obtido, precisamente, por meio de manipulações midiáticas)” (RAMONET, 1999, p. 39), cujo reflexo é sentido rapidamente nos mais diversos aspectos da sociedade. Basta reforçarmos o papel fiscalizador que a mídia tem e a influência desse papel no que tange a mudanças sociais. Hoje a mídia é o guardião e, porque não, o paladino das mudanças que se esperam e se veem. É por ela e através de sua produção que muitos julgam o mundo a sua volta. Seus arautos são os âncoras, os jornalistas formadores de opinião.



DA CRIAÇÃO DA VERDADE À DIFUSÃO E SUA INFLUÊNCIA NO ORDENAMENTO JURÍDICO

Os processos de produção da notícia passam, necessariamente, pelo filtro de quem as produz. Se assim o é, correto é afirmar que aquilo que entendemos por verdade é nada mais do que um ponto de vista - ainda que se evidenciem os processos objetivos de se confeccionar notícias - daquele que produziu a informação. “Pois a informação, tal como é enunciada agora, estabelece uma ponte aparente entre o evento longínquo e o sentimento íntimo de cada um, que cria um efeito enganador” (RAMONET, 1999, p. 44). Esse efeito enganador citado por Ignácio Ramonet se alastra por todos os âmbitos do processo que envolve a produção de notícia; sem considerar os filtros pelos quais os indivíduos percebem o mundo. Não é difícil perceber então, quão grande é a possibilidade do erro de julgamento, ou a falha na subsunção dos fatos à norma quando, partindo dos elementos de uma realidade criada, age-se de forma a considerar essas verdades a partir do divulgado, do produzido pela mídia. Se “a comunicação é um processo que envolve codificação (formação de um sistema de códigos) e decodificação (a forma de procurar entender a codificação) de mensagens” (BOCK, 2001, p. 64), certo é que em qualquer momento deste esquema, é possível interferências das mais diversas formas; desde um ruído até a manipulação do processo de codificação e decodificação.

Tais condições ou possibilidades de falhas estão presentes nas mais diversas área onde a comunicação é um processo primordial. Por exemplo, podemos prever que as considerações do parágrafo anterior são levadas em conta quando da interpretação (hermenêutica) jurídica? Sabendo que esta se alicerça no arcabouço das normas e através delas estabelece os critérios de análise, como é sua logicidade? Ainda que se busque apurar a técnica de interpretação, é necessário, hoje em dia, um conjunto maior de elementos que permitam ao legislador, ao juiz, ao profissional do Direito, ao jornalista e a todos que usam da comunicação uma melhor base para garantir suas convicções. A miríade de informações e a diversidade de realidades produzidas pela mídia fomentam a necessidade de um sistema de raciocínio mais objetivo, mais fático. “Será preciso um raciocínio de estrutura diversa, mais complexo, capaz de trabalhar multidirecionalmente, produzindo a regra concreta que vai reger a hipótese a partir de uma síntese dos distintos elementos normativos incidentes sobre aquele conjunto de fatos” (BARROSO, 2004, p. 5).



Os efeitos desse universo de realidades se projetam sobre a sociedade de maneira difusa, criando convicções das mais diversas, sem, contudo, permitir um referencial seguro para a emissão de uma opinião concreta. Hoje, mais do que nunca, a frase de Nietzsche:⁸ “não existem fatos eternos; assim como não existem verdades absolutas”, se mostra como um axioma moderno. Basta verificarmos que aquilo que está fora da mídia é tratado como inexistente.

(...) em virtude dos efeitos convergentes da crise dos sistemas políticos tradicionais e do grau de penetrabilidade bem maior dos novos meios de comunicação, a comunicação e as informações políticas são capturadas essencialmente no espaço da mídia. Tudo o que fica de fora do alcance da mídia assume a condição de marginalidade política. O que acontece nesse espaço político dominado pela mídia não é determinado por ela: trata-se de um processo social e político aberto. Contudo, a lógica e a organização da mídia eletrônica enquadram e estruturam a política. (...) [esta] "inserção" da política por sua "captura" no espaço da mídia (...) causa um impacto não só nas eleições, mas na organização política, processos decisórios e métodos de governo, em última análise alterando a natureza da relação entre Estado e sociedade. (Castells, 2000, p. 368, *apud* FONSECA, 2011).

Observar esse universo marginal citado por Castells é olhar para a realidade de forma objetiva, refletindo sobre o que realmente é verdadeiro, ou verossímil. Cabe-nos, então, obter um apanhado de informações que, de alguma maneira, nos leve mais perto daquilo que entendemos por realidade.

A subjetividade das informações e sua demasiada saturação podem causar a letargia intelectual do indivíduo, transformando-o no homem massa conceituado por Giovanni Sartori⁹. Portanto, refletir sobre nossa realidade é necessário, ainda que trabalhoso, e como tal, requer empenho e dedicação. Considerar os diversos vieses de um fato é algo essencial para não se fomentar a avaliação unilateral, parcial e tendenciosa, sob o risco de considerarmos “o diferente como perigoso”, numa clara alusão de que a resignificação pode ser um processo de coação e, como tal, visar à manutenção da ordem e fomentar a individualização e soberania de um grupo. A censura é uma existência real, cuja finalidade é manter um padrão de pensamento, uniformidade, com vistas a melhor controle social.

⁸ Humano, Demasiado Humano. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

⁹ Para este teórico a televisão minou a capacidade de raciocínio do indivíduo, pois criou a primazia da imagem sobre a palavra. A televisão apaga os conceitos, a possibilidade do homem de raciocinar e em seu lugar, produz imagens.



A realidade atual é mais complexa, entumecida de elementos de significação, imagéticos ou não, que, usados de forma arbitrária, podem solapar os critérios de raciocínio crítico de uma pessoa.

CONCLUSÃO

O binômio entre o Poder Público e a mídia é uma realidade? Sim, porém, se são indissociáveis é delicado afirmar, mas, é possível reconhecer que ambos têm uma forte dependência recíproca: o poder público, pela oportunidade de tornar pública suas ações, já que “as instituições, como fontes, exercem seu poder sobre a opinião pública pela produção e divulgação de informação jornalística, tanto por meio da imprensa, como por seus próprios meios” (SANTOS, 2012, p. 81). Já a mídia, pelo papel de agente multiplicador de informação, tem no Poder Público um espaço e uma fonte infinita de informação. Considerar ainda que se informação é poder, as instâncias de produção de informação são, figurativamente, o quarto poder, ainda que não estatuído.

As questões que hoje são objeto de avaliação pelo Poder Público não passam longe do que é divulgado pela mídia. Na verdade, percebe-se que a mídia, em certa medida, agenda certos tipos de assuntos, objetos de apreciação do Poder Público, simplesmente colocando-os em voga; o exemplo do que foi dito anteriormente sobre a agenda *setting* é um caso. E isso é recorrente em nossa sociedade moderna. Como disse Daniel Kahneman, um estudioso da maneira de pensar humana, “as pessoas tendem a estimar a importância relativa das questões pela facilidade com que são puxadas pela memória – e isso é amplamente determinado pela extensão da cobertura pela mídia” (2011, p. 16). Kahneman fala de memória, e essa memória, segundo ele, é baseada na influência que a mídia exerce sobre todos. A naturalidade com que as nossas lembranças e nossas demandas são ativadas pela mídia é, segundo ele, um processo que está constantemente em andamento, retroalimentado, criando o que ele chama de vieses, pelos quais agimos e tomamos nossas decisões (2011, p. 17).

É justamente na questão dos vieses que está a íntima relação entre Poder Público e mídia. Cada um deles fomenta tendências e projeta no indivíduo aquilo em que pensar. Como dito anteriormente, cabe-nos, então, nessa miríade de informações, avaliar seus vieses e, a partir disso, tentar chegar mais perto daquilo que entendemos por realidade ou verdade. A dificuldade em se alcançar a neutralidade, ou se permitir olhar os fatos à



distância é enorme, sobretudo porque somos inevitavelmente levados pela maré que é a opinião pública, que não possui existência neutra em relação as instância de informação.

Pouco se fala sobre a influência que o Poder Público exerce nas massas, pois se pensarmos bem, sua realidade é um filtro criado pela mídia. Através desta nos é dado a conhecer apenas algumas formas daquele; especialmente quando a mídia divulga os casos de corrupção é que ele mostra suas facetas e suas fragilidades. Fatores como o próprio desinteresse de boa parte da população só tornam o processo de reconhecimento do Poder Público, como poder do povo, uma ideia longe da realidade. A falta de participação e desconhecimento da população tornam o Poder Público um ente individualizado, longe dos anseios do cidadão, que dever ser o seu verdadeiro fiscal. Esse alheamento em relação aos assuntos públicos é uma característica presente em nossa sociedade, por isso não é a toa que todo ano pesquisas mostram que uma parte grande da população não sabe sequer em quem votou¹⁰. Esse distanciamento do universo público reflete na forma como esse Poder Público se organiza e se realiza. Quando deixamos que a mídia se encarregue de fiscalizá-lo, dificilmente poderemos ter em conta uma ação pensada em prol da população, ou seja, o fiscal é que se beneficia.

O binômio aqui discutido, portanto, aparenta ser mais uma relação de interesses com a mídia, semelhante à existente entre partidos que almejam ao mesmo fim: o poder. Tal “coligação” se dá enquanto ambos estejam focados no mesmo objetivo, bem como enquanto cada um souber se utilizar dos recursos que tem para satisfazer as vontades de ambos os lados, numa sinergia que visa não à concretude de algo, mas a simples utilização e fruição do poder, entendido como o fruto supremo dessa relação.

Tornar a mídia um elemento de acesso ao conhecimento por parte do cidadão é torná-la um instrumento de liberdade, de democracia ampla. Se ela é institucionalizada ou não é irrelevante, já que o processo democrático comporta ambas as possibilidades. Citando uma vez mais a professora Celia M Retz G dos Santos,

Um dos mais importantes desafios atuais é fazer com que a prática da Comunicação Pública ultrapasse os limites das assessorias para se infiltrar nas estruturas dos órgãos públicos, privados ou do terceiro setor, deixando de ser instrumental para se transformar em um princípio ético do relacionamento do Estado com o cidadão. A grande mudança que a Comunicação Pública pode e está promovendo, é a mudança de valores no atendimento ao cidadão.

¹⁰ <http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/radio/materias/ULTIMAS-NOTICIAS/475625-UM-TERCO-DOS-ELEITORES-NAO-SE-LEMBRA-EM-QUEM-VOTOU.html>



O cidadão deve ser o objeto das duas formas de instâncias de informação aqui analisadas.



REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Fernando Antonio. **Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político.** Universidade Federal de São Carlos. <disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/op/v12n1/29399.pdf>>. Acesso em 12 abr. 2015.

BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética na Comunicação: da informação ao receptor.** São Paulo: Moderna, 2001.

BARROSO, Luís Roberto. **Colisão entre liberdade de expressão e direitos da personalidade. Critérios de ponderação. Interpretação constitucionalmente adequada do Código Civil e da Lei de Imprensa** in Revista de Direito Privado, volume 18, 2004; Revista dos Tribunais.

BOCK, Ana M. Bahia. **Psicologias. Uma introdução ao estudo de psicologia.** 3ª tiragem. São Paulo: Saraiva, 2001

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias.** 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2012.

CONSEIL DE PRESSE DU QUEBEC. **Droit et responsabilités de la presse,** troisième édition, 2003. Quebec, CA.

DaMATTA, Roberto. **O que faz o brasil, Brasil?.** Rio de Janeiro: Rocco: 1986.

FONSECA, Francisco. **Mídia, poder e democracia: teoria e práxis dos meios de comunicação.** Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010333522011000200003>. Acesso em 29 mar 2015

HYPE SCIENCE. **Chomsky e as dez estratégias para a manipulação da opinião pública** Disponível em <<http://hypescience.com/chomsky-e-as-dez-estrategias-para-a-manipulacao-da-opinioao-publica/>>. Acesso em 15 mar 2015.

KAHNEMAN, Daniel. **Rápido e devagar: duas formas de pensar.** Tradução Cassio de Arantes Leite. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

MOREIRA, Fernando de Sá. **Linguagem e verdade: A relação entre Schopenhauer e Nietzsche em Sobre verdade e mentira no sentido extramoral.** Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S2316-82422013000200012&script=sci_arttext>. Acesso em 29 mar 2015.

NUNES, Poliana Rollo. **Jornalismo de Revista: Análise dos critérios de noticiabilidade de das capas da revista Época.** 2008. 65f. Monografia de Conclusão de Curso - bacharelado e comunicação social – habilitação em jornalismo. Centro Universitário de Belo Horizonte UNI-BH. Belo Horizonte, 2008.<Disponível em: <http://convergencia.jor.br/bancomonos/2008/poliana_nunes.pdf> acessado em: 19 set. 2010.

OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. **A concentração midiática e a negação da vida real.** Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed731_a_concentracao_midiatica_e_a_negacao_da_vida_real>. Acesso em 15 mar 2015.

QUISTER, Ezequiel Schukes. **Os procedimentos do jornalismo literário na revista piauí.** Trabalho de conclusão de curso. Centro Universitário Uninter. Curitiba, 2012.



RAMONET, Ignacio. **A tirania da comunicação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

SANTOS, Célia Maria Retz G. dos. **Opinião Pública: empowerment e interfaces**. Bauru: Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2012.

SARTORI, Giovanni. **Homo Videns: Televisão e Pós-pensamento**. Bauru, Edusc, 2001.

SOUZA, Jessé. **Ralé Brasileira: quem é e como vive**. Colaboradores André Grillo ... [et al.]. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

TEORIAS DA COMUNICAÇÃO. **Teoria do agendamento**. Disponível em <<https://teoriasdacomunicacao2.wordpress.com/teoria-do-agendamento/>>. Acesso em 15 mar 2015.