

Televisão A Força da Palavra

Letícia
de Faria Sardas

IJC INSTITUTO JURÍDICO DA

COMUNICAÇÃO
Faculdade de Direito- UNIVERSIDADE DE COIMBRA

2003



Televisão

A Força da Palavra

Trabalho realizado por **Letícia de Faria Sardas**, na cadeira de Direito do Audiovisual e da Comunicação Social, ministrada pelo Doutor Rui Assis Ferreira, no Curso de Pós-Graduação em Direito da Comunicação, do Instituto Jurídico da Comunicação da Faculdade de Direito, da Universidade de Coimbra, Portugal , em junho de 2003.

“ Da observação da irredutibilidade das crenças últimas extraí a maior lição da minha vida. Aprendi a respeitar as idéias alheias, a deter-me diante do segredo de cada consciência, a compreender antes de discutir, a discutir antes de condenar. E porque estou com disposição para as confissões, faço mais uma ainda, talvez

supérflua: detesto os
fanáticos com todas as
minhas forças.”

Itália Civile,

Lacaita, Manduria – Bari- Perugia, 1964, pp. 7-8,
Passigli, Florença, 1986, pp. 11-12

ÍNDICE:

I – Primeiras notas

II - A Força da palavra

III – O poder da palavra virtual

IV – A televisão

V- A função da mídia

VI – Tempo de remate

VII – Obras consultadas

I – Primeiras notas:

Com frequência temos escutado falar que a *televisão* constitui o meio, por excelência, de divertimento e de informação, preenchendo espaços de lazer, condicionando a tomada de decisões no campo político, provocando solidariedade e adesões ¹, mas também sendo a responsável por variados conflitos e rupturas.

Registrando em som e em imagem todos os tipos de acontecimentos, a *televisão* integra povos e territórios tão distantes e tão distintos, que tem sido um valioso instrumento na transformação do mundo numa aldeia global.

Relevante apontar o papel dos satélites, que criaram e possibilitaram a era das transmissões ao vivo.

Assim, a *televisão* deu ao jornalismo um importante contributo, revolucionando a reportagem ².

A versatilidade do veículo, colocando diante dos nossos olhos a notícia que *acontece* ³, bem como os conhecidos avanços técnicos, fizeram com que o telejornalismo procurasse novos caminhos para ofertar ao público o *produto-notícia*, diferenciando-se dos outros concorrentes.

É o poder da força criadora da palavra, conjugada com a imagem dos fatos, como formadora ou informadora de opiniões, que buscamos analisar nesta pesquisa.

II – A força da palavra:

Otelo, de Willian Shakespeare, a conhecida tragédia do ciúme, da insensatez e da perfídia, é, talvez, um dos mais marcantes exemplos da influência da palavra, como força criadora de fatos.

Iago, o invejoso alferes de Otelo, primeiro despertou a ira de Brabâncio, contando que sua filha, a doce e boa Desdêmona fugira com o mouro:

“ Irra, senhor! Irra! O senhor está roubado! Vista-se, por decência!, despedaçaram-lhe o coração, perdeu metade da sua alma; agora mesmo, neste mesmo instante, um velho carneiro negro está cobrindo a sua ovelha branca. Levante-se, erga-se! Acorde com o toque de rebate os cidadãos que ressonam descuidados, quando não o diabo fá-lo-á avô., erga-se: digo-lhe eu. ”

E quando Brabâncio, aturdido, pergunta-lhe quem é, responde o intrigueiro:

“ Sou aquele que lhe vem anunciar que sua filha e o Mouro estão agora perfazendo o animal de duas costas.”

Não satisfeito, e ambicionando o posto do tenente Cássio, Iago, ainda com a força da palavra, instiga Rodrigo, que é apaixonado por Desdêmona, fazendo-o crer que a doce dama por aquele se apaixonara:

“ Põe o teu dedo assim e deixa que a tua alma seja instruída. Repara com que violência ela primeiro amou o Mouro, somente pela sua jactância e fantasiosas mentiras. Amá-lo-á ela ainda pelo seu palavreado? Não deixes que o pense o teu discreto coração. Os seus olhos precisam de alimento; e que deleite poderá ela ter em olhar para o diabo? – Quando o sangue está entorpecido pela ação dos deleites, deveria haver – para outra vez o inflamar e saciar – , um novo apetite – beleza que ajudasse, harmonia de idade, maneiras e encantos; tudo isto

falta ao Mouro. À mingua destes requisitos essenciais, a sua delicada ternura se achará iludida; começará a sentir náuseas, a enjoar-se e a aborrecer o Mouro. A própria natureza a instruirá no assunto e a compelirá a uma segunda escolha. Agora, posto isto (e é uma suposição a mais fecunda e natural), quem está tão iminente nos degraus desta fortuna como Cássio? - um biltre extremamente volúvel -, com tanta capacidade quanta basta para se envolver nas formas polidas e decentes, com que melhor possa encobrir o seu obsceno e libertino afeto? Ninguém, com certeza ninguém, um sutil e insinuante patife, um farejador de ocasiões, que tem olhos capazes de publicar e simular quando mesmo tais fortunas nunca se deram; um endiabrado velhaco! Além disso, o patife é bonito, novo e tem

todos os requisitos que a doidice e a imaginação inexperiente procuram. Um biltre completo, pestilento; e a mulher já está eivada. “

E, numa clara demonstração de suas intenções, Iago planeja *derramar peçonha no ouvido* do Mouro, levando-o, envolvido com as palavras do alferes, a matar a bela Desdêmona.

“ Divindade do inferno!, quando os diabos sugerem os mais negros pecados, tentam-nos primeiro com aparências celestiais, como eu faço agora; por que enquanto este honesto imbecil pede a Desdêmona que repare a sua fortuna, e ela intercede por ele junto do Mouro, eu derramarei esta peçonha no seu ouvido: - Que ela o protege por motivo da luxúria do seu corpo; - e quanto mais ela tratar de fazer bem, mais destruirá o próprio crédito no conceito do Mouro. Assim transformarei a sua

virtude em pez; e a sua própria bondade farei a rede que os colherá a todos.”

Esta tragédia é, sem dúvida, um marco, simbolizando como a palavra pode ser usada para fomentar intrigas, para intrigar corações, para mudar a vida das pessoas, para mudar o rumo das coisas, para provocar rupturas, para criar adesões.

III- O poder da palavra virtual:

Uma nova realidade surgiu no fim do último século.

A palavra sempre compreendida como depositária de informação, não é mais só a palavra escrita.

Com a informática surge, como uma nova modalidade de palavra, a palavra virtual, não a palavra escrita, não a palavra falada, mas a palavra visualmente visível num écran por força de um jogo complexo cingido a uma simples lógica binária.

Ao se criar um *site* na Internet, com mais ou menos ligações,

“ ... estamos a lançar informação para um espaço virtual, para uma terra de ninguém que tem, no entanto, a qualidade única e insubstituível de todos ali poderem poisar os pés e de,

por ela e nela, acederem à informação que lá foi “plantada”.⁴

A palavra já não pertence a ninguém.

Pode ser criada, recriada, transformada ou desencantada com a sutileza ou a persistência dos conquistadores do nada ou no tempo de um olhar.

Pode ser fonte de informação, mas também pode o palco da perplexidade do pensar, mas, de qualquer forma, não perde a característica de ponto de encontro do modo-de-ser-humano.

IV – A televisão:

O poder manipulador da *televisão* logo foi percebido pelas forças politicamente dominantes⁵, favorecendo a preponderância do Estado na definição e na execução do serviço público.⁶

Assim, - particularmente no continente europeu -, o princípio do monopólio do Estado surgiu naturalmente, em matéria de produção televisiva.

Entendeu-se que somente um sistema público seria capaz de fazer serviço público.⁷

Criou-se uma espécie de taxa, que cada família proprietária de um televisor pagava no momento da sua aquisição. A compra de aparelhos crescia. Os tempos eram de expansão econômica. A popularidade da nova mídia era evidente.

O sistema prosperou.

Em certo momento, ocorreu a estagnação da economia. As compras dos aparelhos de televisão acompanharam o declínio.⁸ O mercado não mais apresentava opções para novos adquirentes de produtos.

Com o acentuado descompasso entre custos e receitas, o sistema público de televisão se vê obrigado a recorrer à publicidade.

“ Solução perversa. Porque o apelo à publicidade equivalia, particularmente na Europa onde a oposição público/privado é mais sentida, a renunciar à concepção original de serviço público. Como aceitar, de fato, que um sistema público, responsável pela produção de um serviço público, fosse financiado e, por conseguinte, preservado graças à publicidade, símbolo do privado triunfante?

A Europa,⁹ quase sem exceção, viu a multiplicação das estações privadas de televisão e o surgimento de um sistema de concorrência público/privado.¹⁰

Na França, sentindo o poder político que os novos ventos sopravam no sentido da televisão privada, criou-se um ambiente propício para a mudança, impelindo-se os grupos econômicos a aproveitar a grande oportunidade.

Em 1984 é atribuída a concessão do *Canal Plus* a um colaborador direto de François Mitterrand, então Presidente da República.¹¹ Em 1986, personalidades também ligadas ao Presidente são beneficiadas com as concessões da *M6* e da *La Cinq*.

Até mesmo durante o conservador governo de Jacques Chirac, a França assistiu a privatização da *TF1*¹², e diversas outras concessões demonstram a proximidade dos grupos econômicos com os grupos políticos.¹³

À fase do **Estado operador**, - em situação de monopólio -, se segue a fase do **Estado operador e regulamentador**, delegando parte de suas responsabilidades ao poder privado.

É a fase das concessões.

" Estado que investe diretamente, financiando uma televisão pública. Mas Estado que, ao mesmo tempo, delega parte de suas responsabilidades no setor privado, através da concessão, a este, da possibilidade de prestação de serviço público. Estado que regulamenta e administra, criando e aplicando legislação apropriada. Estado que negocia nas instâncias internacionais." ¹⁴

A evidente decadência do sistema público de televisão tem sido apontado como um evidente sinal da decadência do Estado-Nação.¹⁵

Enquanto há o declínio da televisão pública, a televisão privada prossegue conhecendo sucessivas e vitoriosas fases de evolução.¹⁶

Com a diminuição da intervenção do Estado-Nação, fenômeno denominado de a crise do Estado mínimo, corre-se, no entanto, o risco de se assistir o desenvolvimento de crises sociais que o mesmo Estado-Nação tinha o compromisso e o cumpria, de contê-las.

Os indicadores atuais, neste mundo globalizado, apontam para a criação de grandes fossos de segregação, separando, drasticamente, o grupo que tem emprego, do grupo, cada vez maior, dos que não tem emprego e que sequer têm condições de obtê-lo.

Os *novos pobres*, totalmente incapazes de mudar de situação por seus próprios meios, excluídos do mercado de trabalho, excluídos da formação profissional, sem habitação, sem assistência familiar, totalmente desinseridos, têm multiplicado os processos de auto-afirmação, desenvolvendo o populismo de direita, como forma de contestação dos mecanismos democráticos, por via do qual eles se constituíram.¹⁷

V – A função da mídia:

No contexto do *mundo globalizado*¹⁸, qual o papel da mídia?

Onde o valor da palavra?

A estas perguntas, outras indagações se impõem em tempos de globalização.

Existe alguma atividade intrinsecamente mais globalizadora do que o comércio?¹⁹

Existe uma ideologia mais indiferente ao destino das nações do que o capitalismo?²⁰

Existe desafio mais audacioso às fronteiras que o mercado?²¹

Neste contexto, à mídia cabe uma dupla função. A de criação e homogeneização de necessidades, de modo a facilitar o escoamento de novos produtos ²² e, uma função de relevância, que talvez esteja sendo relegada a segundo plano ²³, a função de instituir mecanismos apaziguadores de tensões, assumindo-se como verdadeiras e poderosas **“fábricas de sonhos”**, especialmente no que diz respeito as populações marginalizadas.

José Arbex Jr., em estudo tematizado como *“Uma outra comunicação é possível”* ²⁴, fez uma interessantíssima observação sobre a segunda função da mídia, ressaltando que o *“mundo do espetáculo”* ou a *“espetacularização do mundo”*, atenua ou até abole as fronteiras entre os gêneros *“jornalismo”*, *“entretenimento”* e *“publicidade”*.

Assim, produzem telejornais que adotam a linguagem de telenovelas e de peças publicitárias; veiculam novelas que fingem ser *“documentários”* ou *“reportagens”* sobre comunidades culturais e movimentos sociais (como o Islã e o MST), e sobre problemas do mundo contemporâneo (como o uso de drogas e o narcotráfico).

Com estes expedientes, a mídia, - com enorme destaque para a televisão ²⁵ -, abre imensas possibilidades de manipulação do imaginário, principalmente em países pobres como o Brasil, onde a sociedade civil, - extremamente fragilizada pelos grandes fossos de pobreza, exposta às relações promíscuas entre as poderosas corporações e o Estado, sofrendo as terríveis conseqüências de um elevado índice de analfabetismo funcional, desprovido de tradição democrática -, é alvo fácil de manipulação pela mídia. ²⁶

Não raro, temos assistido na televisão a propagação da violência, vez que as notícias de fatos, com o pretexto de informar, servem a grupos econômicos privados em promíscua relação com os poderes políticos.

Assiste-se, por exemplo, no Rio de Janeiro, a repetida afirmação de que a violência em determinadas favelas, que vem assustadoramente se propagando por toda a cidade, é fruto da ação de *indivíduos malvados*, de narcotraficantes, de gangues de malfeitores.

Não se explica, no entanto, que estas ações ocorrem num quadro de desemprego estrutural, que destrói a vida de milhões de jovens, privando-os de utopias e sonhos, que vivem em locais onde não há escolas, hospitais, pronto-socorros, água e esgoto, áreas de lazer, etc.

Com esta visão distorcida da realidade, que mascara a falência do Estado-Nação, a violência é apresentada como uma “*força da natureza*”, quiçá decorrente de razões raciais ou genéticas.

Para fortalecer o imaginário popular, os atores das ações violentas são sempre *negros* ou *mulatos* e, este dado racial é valorizado nas imagens e ressaltado nas palavras, reforçando o racismo²⁷, já que a mídia nunca diz que os negros e os mulatos não são *naturalmente* violentos.

Cegos pelo lucro fácil, os *donos* do monopólio pressionam o governo e os políticos no sentido de impedir, desestimular ou proibir a formação de rádios comunitárias e de outros meios de comunicação alternativos e independentes do grande capital.²⁸

VI – Tempo de remate:

Em tempo de remate, numa reflexão sobre os temas até aqui abordados e que contaram com a fecunda contribuição dos autores citados, conclui-se, com certa facilidade, que a televisão da atualidade, como um dos braços da mídia monopolizada ²⁹ não é a representante que se esperava da suposta “*liberdade de informação*”

É de **Noam Chomsky**, citando *Adam Smith* a inconfundível manifestação: ³⁰

“Gostaria de ver uma tendência para a igualdade. Não só a igualdade de oportunidades, mas a verdadeira igualdade – a capacidade, em todas as fases da existência, de acessar a informação e tomar decisões com base nessa informação. Assim, um sistema de comunicação social verdadeiramente democrático envolveria a participação do povo em larga escala, refletindo tanto os interesses públicos como valores autênticos: a verdade, a integridade, a descoberta.”

Também este é o nosso sonho, a nossa utopia.

A força da palavra como meio de informação, de esclarecimento, de formação da cidadania, de anti-racismo, de inclusão, não pode ser menosprezada pela televisão.

Seu uso não pode ser como nas palavras de Iago, um mero instrumento de destruição.

A *fábrica de sonhos* pode fabricar sonhos para serem vividos num mundo melhor, num mundo sem fossos, num mundo de sonhos realizáveis.

A falência do Estado-Nação é a crise de um modelo de Estado, mas não é a falência do Estado.

Sonho com uma televisão despreocupada das audiências. Sem a necessidade de responder ao audímetro.

Sonho com a televisão do público, televisão em que a força da palavra a torne tão indispensável como são as estradas, as escolas, os hospitais.

Impossível esquecer que, se por um lado há pessoas capazes de vestir calças, calçados e camisas semelhantes, de usar o mesmo tipo de eletrônicos, relógios e perfumes, etc – consumindo o comum – chegando até a repetir gestos, atitudes e reações pelo mundo afora, por outro há aqueles que buscam, no interior do processo mundializante, o resgate de específicos e diferentes costumes, valores e até produtos de consumo que são específicos, diferentes.”

A palavra televisiva pode ser o principal instrumento de uma nova era, a era da humanidade, que finalmente se instaurou neste século que engatinha.

A força da palavra televisiva, aliada à força da imagem, pode e deve ser a força do público, contra os grandes e tenebrosos fossos de discriminação.

Oxalá os grupos operadores da mídia descubram a força das suas palavras, para derramar nos ouvidos dos excluídos !

OBRAS CONSULTADAS

* **Almeida**, José Augusto Lemos de – “ *Audiovisual – Nova Legislação Brasileira* “ – Editora Forense – Rio de Janeiro – Brasil, 2002.

* **Arbex**, José Jr. – “ *Uma outra comunicação é possível (e necessária)* – Editora Record, Rio de Janeiro, 2003.

* **Ascensão**, José de Oliveira
– “ *Sociedade da Informação* “ - “ *Direito da Sociedade de Informação* “ - Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa – Associação Portuguesa do Direito Intelectual – Coimbra Editora – 1999, pag. 163/184.
- “ *Direito da Internet e da Sociedade da Informação* “ - Editora Forense, Rio de Janeiro, Brasil – 1ª. Edição, 2002.

* **Barber**, Benjamin – “ *Cultura McWorld*” – Editora Record, 2003.

* **Barbero**, Jose Martín – “ *Globalização comunicacional e transformação cultural*” - Editora Record, 2003.

* **Bobbio**, Norberto – “ *A Era dos Direitos* “ - Editora Campus, 1992.

- * **Camponez**, Carlos – *“Jornalismo de Proximidade”* – Minerva Coimbra, 2002.
- * **Carvalho**, Alberto Arons de (e outros) – *“Direito da Comunicação Social”*- Editorial Notícias – Lisboa, 2003.
- * **Chomsky**, Noam
 – *“Segredos, Mentiras e Democracia”* – Editora UNB, 1994.
 - *“A manipulação dos média – os efeitos extraordinários da propaganda”* – Editorial Inquérito – Coleção Perspectivas, 2002.
 - *“A manipulação do público – Política e poder econômico no uso da mídia”*- Editora Futura, São Paulo, 2003.
- * **Faria Costa**, José Francisco
 – *“Direito Penal da Comunicação – alguns escritos “* – Coimbra Editora – 1998.
 - *“O Direito Penal, a Informática e a Reserva da Vida Privada “* - Comunicação e Defesa do Consumidor – Instituto Jurídico da Comunicação – Actas do Congresso Internacional organizado pelo IJC, da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra, de 25 a 27 de novembro de 1993 – Coimbra, 1996.
 - *“Quem é afinal o chefe da ALDEIA ? “* – Revista Maxtel, pág. 580/586.
 - *“As Novas Solidões “* – Revista Maxtel, pág. 588/589.
- * **Ford**, Aníbal – *“O contexto do público: transformações comunicacionais e socioculturais”* - Editora Record, 2003.
- * **Giddens**, Anthony

- “*Mundo em descontrole : o que a globalização está fazendo de nós* “ – Record – Rio de Janeiro/São Paulo, tradução de Maria Luiza X. de A. Borges, 2000.
- “*A terceira via: reflexões sobre o impasse político atual e o futuro da social-democracia* “ - Editora Record, Rio de Janeiro/São Paulo, tradução de Maria Luiza X. De A. Borges – 4ª. Edição, 2001.
- * **Hobsbawm**, Eric – “*Tempos Interessantes – uma vida no século XX.*” – Editora Companhia das Letras – Rio de Janeiro, 2003.
- * **Klein**, Naomi – “*Marcas globais e poder corporativo*” - Editora Record, 2003.
- * **Kovach**, Bill e **Rosenstiel**, Tom – “*Os elementos do jornalismo - O que os jornalistas devem saber e o público exigir*”- Editorial Geração, São Paulo, 2002.
- * **Moraes**, Dênis - “*O capital da mídia na lógica da globalização.*” - Editora Record, 2003.
- * **Neves**, Castanheira – “*Uma perspectiva de Consideração da Comunicação e o Poder ou a Inelutável Decadência Eufórica*” – Estudos de Direito da Comunicação – Instituto Jurídico da Comunicação – Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra, 2002.
- * **Paiva**, Raquel – “*Ética, Cidadania e Imprensa*” – Editora Mauad, Rio de Janeiro, 2002.
- * **Pereira**, Miguel Baptista - “*Filosofia da Comunicação Hoje* “ – Actas do Congresso Internacional organizado pelo Instituto Jurídico da Comunicação da Faculdade de Direito da

Universidade de Coimbra, de 25 a 27 de Novembro de 1993 – Coimbra, 1996.

* **Rabaça**, Clara Elete Gomes - “ *O regime jurídico-administrativo da concentração dos meios de comunicação social em Portugal* “ – Livraria Almedina – Coimbra, 2002.

* **Rebelo**, José – “ *Televisão Pública/ televisão privada*”- Editora Record – 2003.

* **Rodrigues**, José Carlos – “ *Antropologia e Comunicação – Princípios Radicais*” – Editora PUC – Rio, 2003

* **Sodré**, Muniz – “ *O Globalismo como neobarbárie*”- Editora Record, 2003.

* **Teixeira**, Manuel Pinto e **Mendes**, Victor – “ *Casos e temas de Direito da Comunicação*” - Legis Editora, Coimbra, 1996.

* **Villela**, Regina – “ *Quem tem medo da imprensa?* “ – Editora Campus, 1998.

