

Reflexões Oriundas da Comunicação Contemporânea

Por Pedro Luiz de Oliveira Costa Bisneto

Sumário

Reflexão: Estamos Cercados!	→ pp. 1-3
Política: A Mídia e Fernando Collor	→ pp. 3-5
Crítica: A Ética J.B.	→ pp. 5-7
Futurologia: O Caminho da Comunicação	→ pp. 7-8
Essay: The Networked Public Sphere	→ pp. 8

Reflexão

Estamos cercados!

O famoso estudioso das novas mídias, o espanhol Manuel Castells, constata: “só notícia ruim é notícia” (Castells: 9). Esse princípio básico do jornalismo, “**só notícia ruim é notícia**”, nos remete às questões que abalam o atual cenário do mundo da informação: o sensacionalismo do noticiário, o *infotainment*[1] – aquele jornalismo que não conscientiza ninguém, apenas diverte –, a espetacularização geral da mídia dentro de sua lógica comercial capitalista neoliberal.

Essa frase nos faz pensar a respeito de qual seria o antônimo dessa afirmação. Se a única notícia que é notícia é a notícia ruim, ou seja, a notícia que vende jornal, que chama atenção do público, a notícia boa seria a “notícia que não é notícia”, portanto, a notícia que não vende jornal. Mas notícia que é notícia, como afirma o espanhol, é notícia ruim, então, do ponto de vista jornalístico atual, sensacional, notícia boa é a notícia ruim. Nesse raciocínio, inclusive, poderíamos nos perguntar qual seria o sentido, dentro dessa lógica comercial atual do jornalismo, de existirem notícias que não vendem? Portanto, qual o sentido de existirem notícias boas no noticiário? Nenhum, não é? Apesar dessa constatação, um olhar mais atento aos veículos jornalísticos nos mostra que ainda há muito espaço para a notícia boa, pois existe sim uma “notícia boa que é notícia” e que, assim, também vende bastante jornal, talvez até mais que as notícias ruins. Essa “notícia boa que é notícia” é a publicidade. Enquanto o jornalismo é responsável por vender as notícias ruins da sociedade, a publicidade, com todo o seu positivismo, faz o oposto, nos traz as boas novidades que a sociedade produz e nos oferta: os produtos, os *objetos*, as soluções, as tecnologias, os estilos de vida etc, ou seja, tudo que é maravilhoso e vantajoso para todos. A publicidade é a notícia boa que permeia a notícia ruim do jornalismo atual.

No mundo do jornalismo onde se quebram as fronteiras que antes o separavam da publicidade, dessa forma, ficamos totalmente cercados: em uma ponta está o positivismo da publicidade e, na outra, está a notícia ruim sensacionalista, que não informa, apenas entretém. De um lado, o mundo *hiper-real* publicitário denunciado pelo filósofo francês Jean Baudrillard, do outro, a *realidade afastada numa encenação* sensacionalista, *espetacular*, revelada pelo seu compatriota Guy Debord, e no meio, a consciência crítica de todos nós, abandonada.

Notas:

[1] Informação e Entretenimento = Infotainment

Referências:

BAUDRILLARD, Jean. *O Sistema de Objetos*. São Paulo: Perspectiva, 1997, pp. 9-17; 116-123; 173-191; 205-230.

BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e Simulação*. Lisboa: Relógio D'água, 1997, pp. 7-14; 97-113.

BAUDRILLARD, Jean. *Tela Total*. Porto Alegre: Sulina, 2003.

CASTELLS, Manuel. *A Galáxia da Internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

COELHO, Cláudio N. P. e **CASTRO**, Valdir José de (organizadores). *Comunicação e Sociedade do Espetáculo*. São Paulo: Paulus, 2006, pp. 9-106.

DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. Lisboa: Móbilis in Móbile, 2003, pp. 9-23; 40-53.

MCLUHAN, Marshall. *Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem – (Understanding Mídia)*. São Paulo: Cultrix, 1964.

São Paulo, Domingo, 20 de Janeiro de 2008

Política

A Mídia e Fernando Collor

A atuação da mídia na cobertura dos fatos que rondaram o Palácio do Planalto durante a crise que culminou na queda do presidente foi fator decisivo para o desfecho final da “Era Collor”. Coube à mídia investigar vários fatos, fazer denúncias, dar publicidade e debater a crise presidencial. Varias atuações da mídia se destacaram nesse processo, tais como as matérias da revista *Veja* com as denúncias de Pedro Collor e várias outras; a revista *IstoÉ* que trouxe à tona o elo final que possibilitou incriminar Collor na CPI de Brasília; a rede *Bandeirantes* que passou a transmitir a CPI ao vivo; o *SBT* com grande atuação de seus apresentadores, Jô Soares, Lílian Witte Fibe e Bóris Casoy, que até criou um bordão repetido por vários deputados durante a transmissão ao vivo da votação do *impeachment*: “é preciso passar o Brasil a limpo”, bradava o âncora; por fim, a rede *Globo* que inflamou o imaginário popular com a sua minissérie “*Anos Rebeldes*”, quase que convocando o povo a marchar na rua e escrever o seu último capítulo, “eu vou, por que não?”, e todos foram. Por tudo isso, pode-se afirmar que o *impeachment* de Fernando Collor só foi possível graças à atuação da mídia neste episódio da história brasileira. Por outro lado, relacionando as principais denúncias que desencadearam a crise e foram decisivas na CPI que incriminou Collor, como as que partiram de políticos que buscavam se projetar na mídia criminalizando o presidente, fica claro que houve uso midiático através da CPI por parte desses políticos, podemos assim concluir que ao lado da atuação da mídia na cobertura da crise, houve também uma manipulação política.

Uma das lições que fica sobre a derrocada de Fernando Collor é algo que poderíamos dizer estar implícito nos pensamentos de Maquiavel, já dizia o velho sábio que uma das virtudes do Príncipe seria manter um bom relacionamento com seus súditos. Para Collor, talvez, tenha lhe faltado um pouco disso, sendo um destes súditos, a própria mídia, chegando ao ponto de processar pessoalmente o jornal *Folha de S. Paulo*. As relações com os súditos se abalaram com as diversas crises que sofreu em seu governo, que se enfraquecia a cada ministro que se destituía, fracassado economicamente e que naufragou de vez nos mais diversos tipos de escândalos. Nesse sentido, talvez tenha faltado um pouco de experiência ao jovem presidente, talvez ele realmente não estivesse politicamente maduro para ocupar um cargo de tal envergadura, Collor não tinha a *virtú* descrita por Maquiavel para encarar o desafio a que se propôs.

A "Era Collor" narra a história de uma presidência que passou por vários conflitos políticos, mas não seria isso normal dentro do processo histórico político brasileiro após o longo período de sucessões presidenciais indiretas? Não seria normal para o primeiro governo eleito democraticamente que voltasse a cúpula governamental, cujos alicerces vinham sendo cimentados

há 25 anos desde o golpe militar de 1964, fosse o governo do conflito? Nesse caso, a *virtú* não foi uma falta somente de Fernando Collor, mas de toda sociedade brasileira, da classe política, da mídia, de diversas instituições e de todos nós, o povo, deslumbrado, porém inábil para lidar com o novo regime, que não foi capaz de ter um grande presidente que o brindasse dignamente de volta à democracia. Na incipiente democracia moderna brasileira, éramos todos imaturos. Será que amadurecemos?

Referências:

CHAIA, Vera. *Jornalismo e Política, Escândalos e Relações de Poder na Câmara Municipal de São Paulo*. São Paulo: Hacker, 2004.

CONTI, Mario Sergio. *Notícias do Planalto – A Imprensa e Fernando Collor*. São Paulo: Cia das Letras, 1999.

IANNI, Octávio. *Enigmas da Modernidade-Mundo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

LIMA, Venício A. *Mídia, Teoria e Política*. São Paulo: Perseu Abramo, 2004.

MAQUIAVEL, Nicolau. *O Príncipe*. Florença, 1485.

ORTIZ, Renato. *A Moderna Tradição Brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

São Paulo, Terça-feira, 8 de Janeiro de 2008

Crítica **A Ética J.B.**

O que significa J.B? Jornal do Brasil? Whisky John Bull? Jardim Botânico? Jefferys Bay? Não, J.B. são as iniciais de três grandes agentes secretos do cinema e da TV: *James Bond*, *Jason Bourne* e *Jack Bauer*. O primeiro é agente inglês do **MI6**, o mais que famoso *007*, os demais são norte-americanos, agentes da **CIA** e **CTU** (Unidade de Contra-Terrorismo), respectivamente. Até aí, eles são parecidos, todos trabalham para seus países, seus governos, seja em nome da rainha ou do presidente, e executam missões secretas nas quais sempre acabam matando outras pessoas. Mais que agentes, os três são detetives, lutadores, soldados, excelentes atiradores e têm uma sorte cinematográfica. Fazem as mais inimagináveis peripécias quando entram em ação, enfrentando e se livrando de situações de perigo sempre de forma espetacular. Nesse cenário comum em que vivem esses três agentes, existe um fator que claramente distingue os três personagens, a *ética*, a qual se discorrerá nos parágrafos seguintes.

Do trio de agentes *JB*, dois são muito parecidos, *James Bond* e *Jack Bauer*, ambos enfrentam inimigos e ameaças de conseqüências globais, que afligem nações, que ameaçam a soberania nacional e a paz mundial, ambos encaram criminosos hediondos que colocam em jogo a vida de milhões de pessoas inocentes, afinal, na fantasia do cinema ou da TV sempre tem algum vilão maligno querendo conquistar o mundo ou destruí-lo, ou, ao menos, alguém querendo começar uma nova guerra e lucrar com ela. Mas existe uma significativa diferença entre os dois, enquanto *Bond* é herói do cinema, *Bauer* é da TV, talvez seja por isso mesmo que enquanto o inglês viaja o mundo em suas aventuras, o americano fica restrito a cidade de Los Angeles na Califórnia, por outro lado, enquanto cada aventura de *Bond* dura apenas o tempo da sessão de cinema, as aventuras de *Bauer* duram 24 horas, ou seja, têm mais tempo para colocar assuntos em voga e, com ares de novela, mais espaço para colocar questões éticas e étnicas em cena. De *No* a *Goldfinger*, *Bond* enfrenta as mais variadas ameaças, *Bauer* apenas uma: o terrorismo em suas múltiplas faces. A questão ética de matar coloca esses dois agentes em diferentes patamares, enquanto *Bond* tem licença para matar, *Bauer* tem o poder de revogar os direitos constitucionais do cidadão, assim, além de matar, ele pode torturar. Mas, calma lá, só se for em nome de um bem maior, ou seja, salvar milhares de vidas inocentes e, se assim for, até seu pai *Bauer* torturará caso seja necessário.

Mas a ética dos agentes secretos só vai ser colocada a mesa de forma mais clara pelo terceiro *JB* que mencionamos, *Jason Bourne*. A aventura de *Bourne* começa quando ele, ao falhar em uma missão, sofre de amnésia e perde sua memória. *Bourne* passa a investigar o seu passado até se deparar com a verdade: que era um agente de um programa especial da **CIA** cujo único objetivo é de eliminar pessoas. *Bourne* vai expor o lado negro do serviço secreto, por isso, acaba sendo

caçado pela própria **CIA**, inclusive pela divisão na qual trabalha *Jack Bauer*, a **CTU** – por sorte, os dois não fazem parte da mesma história e não precisam se enfrentar. A única ameaça que *Bourne* enfrenta é sua crise de existência, o peso na consciência que aumenta a cada assassinato que, aos poucos, se lembra ter cometido. Por essa mesma crise de consciência é que a **CIA** irá caçá-lo, com medo de que o agente amnésico revele a verdade sobre seu passado assassino, assim incriminando a própria agência. *Bourne* revela um lado do serviço secreto que nada tem de patriótico, é apenas um grupo de extermínio internacional a serviço do governo e outros interesses, e que conta com toda retaguarda de inteligência dos serviços de espionagem. *Bourne*, ao contrário dos dois demais *JBs*, revela que de herói, esses agentes nada têm, são sim, como ele próprio acaba dolorosamente se lembrando, assassinos frios e calculistas. Qual deles é seu predileto?

Fontes:

- *James Bond – Ian Fleming’s 007*;
- *Jack Bauer – 24 hs*;
- *Jason Bourne – “A Identidade Bourne”, “Supremacia Bourne”, “Ultimato Bourne”*.

São Paulo, Domingo, 23 de Dezembro de 2007

Futurologia

O caminho da comunicação

O mundo atual, avançado da profecia de George Orwell – o "Grande Irmão" já ficou pequeno – está a todo vapor, rumo à Matrix da famosa película. A todo vapor, aliás, é expressão ultrapassada, estamos além da instantaneidade da luz elétrica, estamos na própria relatividade do tempo, como diria Albert Einstein, já vivendo o futuro no presente. O mundo avança por meios de tecnologias matemáticas computadorizadas e das grandes redes globais, acelera por meio de inteligências binárias, automatizando, ampliando, estendendo todo o conhecimento da humanidade. Mas a própria velocidade do conhecimento, disseminado, reciclado e ampliado, esbarra na barreira do tempo, na singularidade da relatividade de Einstein, nos limites da própria tecnologia. O limiar dos gigahertz por segundo, dos *datawarehouses*, já são insuficientes para absorver a exuberância da inteligência que se multiplica a partir desses sistemas conectados, interligados, que se dissipam a partir do meio e contaminam todos, absorvidos até pela consciência do homem. Mas a própria consciência do homem também agora se projeta de volta ao sistema, como uma maré oceânica furiosa, que ora transborda na América, ora na Ásia: é a tempestade no copo do planeta água. Se a inteligência esbarra nos limites da memória e da velocidade dos processadores, incontida, incontrolável, ela flui de volta para o próprio sistema, inundando as suas conexões, afogando os seus usuários com dados e informações. No mundo da consciência, da inteligência coletiva e da própria coletividade, só existe um caminho possível a ser trilhado, o do compartilhamento: a comunicação *peer-to-peer* é único possível caminho, é o ponto de fuga para a sociedade em rede que, no futuro, hoje se desenha.

São Paulo, Quarta-feira, 5 de Dezembro de 2007

Essay

The Networked Public Sphere

I'm going to talk about the new networked public sphere which has emerged with the Internet. This new public sphere has particular characteristics that opposes it to the traditional public sphere broadcasted by the *mainstream media* or mass media.

The first thing we must know about the new networked public sphere is what, in fact, is a public sphere. A public sphere is a sphere or a space, where private citizens discuss the wills of the society. The opinion that emerges from this sphere is known as the **public opinion**.

Nowadays, this sphere is controlled by mass media and it hasn't been being the space where people decide the society's wills or any political matters, in fact, it has been acting as the medium of the private life, where the "being together in society" pass through the media. It's a sphere that'd been joining people and peoples around the world through major events such as the World Cup, the Olympic Games and others, local or international.

There is also another public sphere which has been gaining space on media. It's the sphere which express the conflicts of a globalized world. The conflicts between races, cultures, religions and markets, however, this sphere is missed of a central point matter of political issue. Therefore, we can state that, today, there isn't indeed a public sphere which emerges from private citizens, unless, that one which is controled by mass media and has its own interests which are, no ever, the interests of the public.

With the arisen of Internet and its network characteristics, this is an issue which is about to change and, in fact, there is already something happening, and it's something we must think about. A new public sphere where citizens connected by Internet can access information and argue as their own will.

The "book of society destiny" is on the *Web*. Are you going to click on it or are you going to ignore it? This is, for sure, a place where your *fate* must take you, and, remember, it will be your path to the future of the society.

Source:

Habermas, Mauro Wilton, Venício Lima, Benkler, Lucas.

São Paulo, Domingo, 16 de Setembro de 2007