

TELEVISÃO BRASILEIRA: SUAS IDEOLOGIAS E CONTRADIÇÕES

Marilisa Luporini Ramos Monteiro

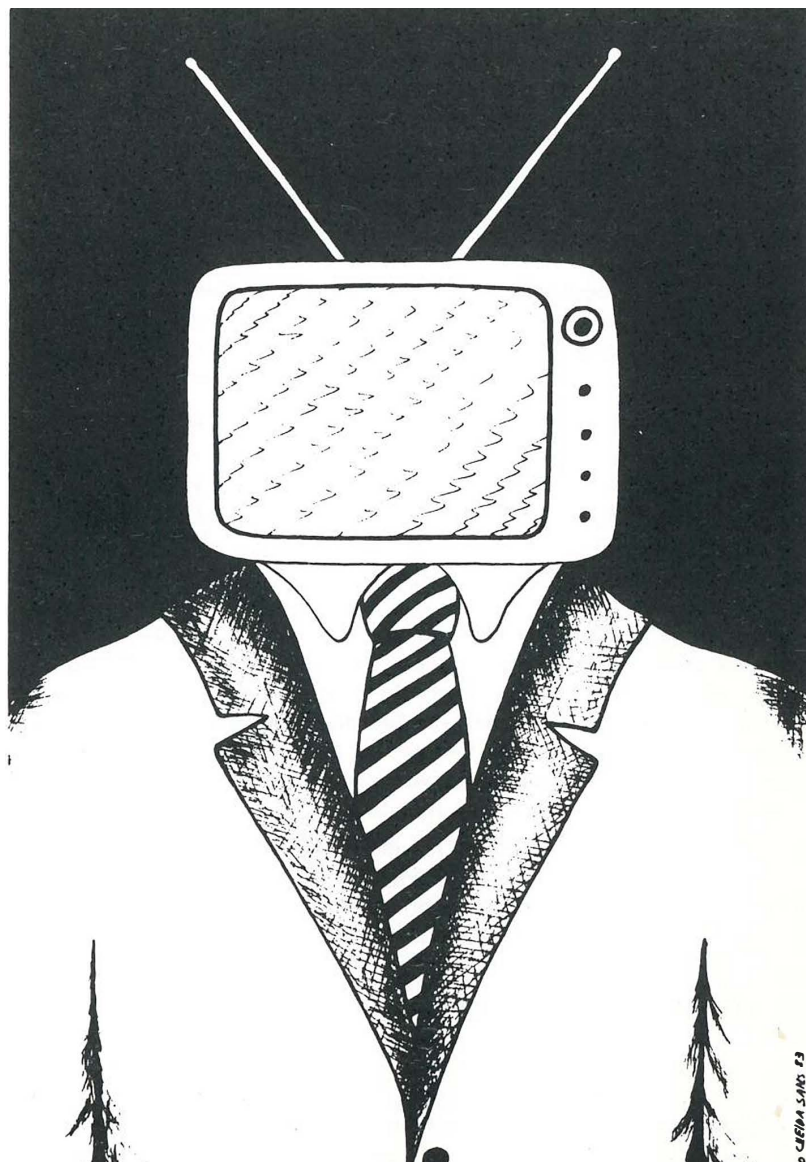
(Aluna do 3º Ano de Jornalismo do IAC/PUCCAMP)

A televisão, embora tenha proporcionado possibilidades para o desenvolvimento cultural dos brasileiros, na realidade emite mensagens dos grupos dominantes, que penetram fundo nas camadas populares, atingindo tanto adultos analfabetos, como crianças em idade escolar, que se prendem ao vídeo, curtem seus heróis e se deixam envolver pela publicidade. A forma de concessão, para o funcionamento das emissoras, impede que, para gerenciá-las, haja participação dos setores mais representativos da sociedade. O monopólio e as pressões do poder econômico exercem forte influência nas programações. Escritores competentes são contratados a peso de ouro e moldados para redigirem programas que captem as esperanças da população, sem que consigam, contudo, encontrar soluções para os anseios do povo. Partidária do capitalismo, a televisão converteu-se em veículo de propaganda do materialismo reinante, pragmático e consumista, criando necessidades fictícias, além de graves frustrações.

A ideologia apresentada pela TV é solidária com a alienação e manipulação informativa exercida pelo poder, juntamente com as empresas e interesses transnacionais. Os diversos programas que vão ao ar, promovem tanto o conformismo, quanto o inconformismo, que dão origem à perda do senso crítico e da criatividade dos telespectadores, para que se imponha, de forma marcante, o interesse da minoria dominante. Está evidente que a televisão injeta nos indivíduos, a todo momento, grandes doses de ilusão e doces sonhos, aliados a suaves fantasias, mas que dificilmente se tornarão reais. O receptor da mensagem, depois de algum tempo, poderá sentir-se amargo, revoltado e infeliz por não atingir o mundo cor-de-rosa tão facilmente oferecido pelo vídeo. A partir daí, surgem frustrações, insegurança e insatisfação, que estimulam as desavenças e até mesmo a marginalidade.

A Ideologia da TV

Ideologia. Não é fácil abordar esse tema. Muitas controvérsias existem. O que é ideologia? Será ambíguo esse conceito? Vejamos, por exemplo, uma ideologia caracterizada por oportunismos das circunstâncias:



intelectuais (cientistas, filósofos, artistas, jornalistas) expressam determinada ideologia sobre a realidade econômica, política e cultural. Porém, basta surgir uma crise, para que esses intelectuais sejam sacudidos em suas estruturas e se posicionem com idéias totalmente diversas daquelas expostas anteriormente. Antes, eles se colocavam em oposição contra a repressão, desejosos de desmascarar as contradições sociais, mas, ao sentirem a consequência de atitudes mais arrojadas, voltam-se para favorecer a situação política dominante e passam a atuar diretamente ligados ao engodo, tornando-se, assim, manipuladores de informações e difusores de falsas ideologias. Portanto, a ideologia que se baseava em uma filosofia, uma ciência ou uma arte, torna-se uma utopia efetiva.

A ideologia pode representar três significações:

- a de visão de mundo;
- a de distorção das relações sociais, e
- a de aspiração a dias melhores.

Deste ponto de vista torna-se relativamente fácil situar a ideologia na TV, pois ela se baseia na distorção das relações reais, tornando-se dominadora e apresentando uma falsa consciência da dura realidade. Mas, como opera a produção ideológica da TV ? Ela age através de um processo de engano: a ideologia esconde, mostrando. Nela, as coisas aparecem de forma contrária: a falsidade sob forma de verdade e a contradição sob aspectos de harmonia e coerência. Então, tudo fica de cabeça para baixo: o cultural torna-se natural, o transitório, definitivo; o voluntário, fatal; o histórico, eterno e o relativo, absoluto. Pergunto: qual é o efeito dessa inversão deformante e, ao mesmo tempo, transfiguradora ? É a criação de um consenso social. Esse consenso dá unidade a uma sociedade conflitiva e confere hegemonia às classes dominantes. Os interesses particulares são, assim, vistos como se fossem coletivos, e seu pensamento como “lógico”, “evidente”, “sensato” e de todo o mundo.

As classes subalternas, mesmo analfabetas, ganham novas possibilidades de informação e de desenvolvimento cultural pela TV, porém é lamentável que elas não tenham nenhum controle sobre o que assistem. A mensagem dos grupos dominantes penetra fundo nas camadas populares.

Contradições da TV Brasileira

A TV, ao surgir, trouxe o fascínio da imagem, pois dispensa quase que inteiramente os pressupostos da cultura letrada e, tanto adultos analfabetos, como crianças em idade pré-escolar, prendem-se ao vídeo, curtem seus heróis e deixam-se envolver pela publicidade.

“A televisão cresceu significativamente na última década. Em 1970, o Brasil possuía 4.250.000 domicílios com aparelhos de TV. Em

1980, esse número subiu para 14.800.000. Foi um crescimento de 250%. Em um contexto de transnacionalização da economia e da política, a televisão ajuda a pregar o discurso liberal e uma retórica democrática, em um regime autoritário. Defende também a acumulação capitalista, resultante da expropriação do trabalho pelo capital e dos capitais mais débeis pelos mais fortes. No capitalismo brasileiro, a apropriação do trabalho pelo capital coaduna-se com a apropriação dos meios de informação".¹

A televisão é a grande arma que ajuda a controlar as reivindicações das classes subalternas, desmobilizando-as. É verdadeiro absurdo o que fez a TV, durante a greve dos metalúrgicos do ABC paulista. Os operários resistiram firmes em seu movimento durante mais de um mês e, no entanto, a Rede Globo transmitiu apenas as posições do Ministro do Trabalho e dos empresários, mas nunca a dos operários, de seus líderes sindicais, da Igreja e de outras organizações da sociedade civil empenhadas em apoiar a luta dos trabalhadores.

As pessoas **conscientemente** ficam isoladas em suas residências recebendo continuamente, durante a maior parte de seu tempo livre, mensagens **ardilosas** que as conduzem ao círculo vicioso do consumo. "Evidentemente que a televisão não pode ser analisada monoliticamente, como se fosse um meio compacto, homogêneo. Existem tensões entre os grupos dominantes, entre os proprietários executivos e os produtores de mensagens. Há contradições, também, ao nível da linguagem e da recepção. A TV caminha para novas fragmentações, por sua própria evolução tecnológica e pela saturação de um único modelo unidirecional de informação".²

Interferências do poder político na TV

"A TV, tanto no sistema capitalista, como no marxista, está estreitamente atrelada ao poder político. Sendo veículo hegemônico, o Estado procura cercá-la sob vários pretextos para controlar as informações consideradas fundamentais pelos detentores do poder. O sistema televisivo reflete a participação do sistema político. Reflete também as lutas internas pelo poder e os interesses conflitantes de grupos. Certas notícias podem ser veiculadas porque reforçam a posição de determinados grupos em detrimento de outros, ou preservam interesses pessoais mais fortes. A repressão à televisão denota a fraqueza do poder político. Um governo forte — porque conta com respaldo popular — não precisa temer a população".³

O poder político no Brasil exerce legalmente o controle da TV. Como concessão estatal, por tempo determinado, a propriedade da televisão é precária e insegura. Com ela são beneficiados apenas elementos das classes dominantes, afinados com setores expressivos do poder (leia-se Grupo Sílvio Santos).

A concessão de emissoras de rádio e TV mostra como, em nome da Segurança Nacional, é perpetrada grave agressão contra os cidadãos. São os meios de comunicação primordialmente propriedade de todos, são serviços de utilidade pública e não se justifica a absoluta impossibilidade de participação dos setores mais representativos da sociedade para gerenciá-los.

Coloco uma questão: pode a TV ser monopolista e democratizante ao mesmo tempo? Sim, ela é democratizante porque emite sua mensagem indistintamente a toda a população. No entanto, a estrutura de produção da TV tende a ser cada vez mais monopolista devido ao seu alto custo e, em consequência do imenso poder social e político que concentra nas mãos de seus possuidores. Esse monopólio constitui terrível problema para as classes subalternas, pois é difícil escapar ao envolvimento dessa teia de mensagens, uma vez que não dispõem de um meio equivalente para concorrer e fazer frente à maciça ofensiva ideológica e cultural das classes dominantes, através da TV. Seria preferível termos uma televisão de qualidade inferior, mas onde todas as tendências políticas estivessem representadas.

Pressões do poder econômico

A TV, além de divertir ou instruir, tem como objetivo maior ampliar a produção. Ela oferece novas possibilidades ao capital. Faz propaganda de produtos. É importante para o processo capitalista. Amplia mercados, controla ideologicamente manipulando a massa e difunde as idéias da classe dominante que são aceitas e cultivadas pelos telespectadores.

A publicidade cria um elo muito forte entre a televisão e o sistema econômico, principalmente com as grandes empresas.

Lembrando que o desenvolvimento tecnológico é que permitiu a descoberta da TV, torna-se óbvio que essa descoberta está diretamente ligada ao capitalismo.

Os críticos intransigentes da TV deveriam perceber que criticam não propriamente o seu uso capitalista, mas a pura e simples **máquina**.

O altíssimo preço cobrado para os **comerciais**, nas emissoras de TV, já explica porque não há críticas sobre o modelo econômico, o livre comércio ou o direito de propriedade.

Contradições na Produção de Mensagens

“Na produção de mensagens encontra-se uma das contradições mais típicas da cultura de massa. Os papéis do proprietário e do produtor às vezes não coincidem, mas de ambos depende o sucesso do empreendimento”.⁴

O empresário impõe sua vontade na programação. Tem o grande poder de contratação e demissão. Mas ele sabe que o melhor jornalista não é o mais obediente e que o grande escritor com sua sensibilidade consegue captar as esperanças da população e retratá-las com o máximo de fidelidade. Por isso ele é **comprado** a peso de ouro e não deixa de ser moldado, mas não a tal ponto que perca as qualidades básicas que o tornaram notável. Esse conflito dinamiza a cultura de massa. O autor é **enquadrado**, mas sem perder a sua criatividade, porque a obra tem que possuir certo grau de inovação.

A informação é uma seleção de fatos que interessam a alguns grupos de emissores e desinteressam a outros. Percebeu-se nitidamente no episódio das bombas do Riocentro a ambigüidade do tratamento pelos "mídia". Há luta constante entre grupos situados no poder, uns desejando o abafamento dos fatos e, outros, o seu desenvolvimento. Se não houvesse o interesse de alguma das facções do poder na divulgação das ocorrências tudo teria sido silenciado ou relegado a plano secundário.

Programas de TV, um instrumento de dominação

Início esse item fazendo duas citações:

"— Por acaso, não vivemos hoje num mundo que não pode mais continuar indiferente à pobreza, à fome e à miséria em qualquer parte do globo? E que efeito têm nossos programas que dão ênfase ao esbanjamento, ao consumismo, à violência e ao luxo — sobre aqueles que morrem de fome?"⁵.

"— Os anúncios, a música, as imagens da televisão vão como gotas d'água que não param de pingar sobre uma pedra — por mais dura que seja — penetrando os telespectadores até conformá-los aos seus interesses. Um duplo instrumento educativo, presente em todas as nossas casas, mesmo as mais humildes, que vai criando, talvez sem que disso nos demos conta, um determinado tipo de homem"⁶.

É o público, indiferente aos estereótipos fabricados pela televisão? Rechaça-os ou assimila-os? Nas telenovelas o espectador vê uma possibilidade de fugir das amarguras do cotidiano e correr ao encontro de uma vida diferente, cheia de mistério, suspense, amor e paixão, onde tudo acaba bem. Os maus são castigados, os bons recompensados. Isso ocasiona um tipo de fenômeno psicológico chamado **satisfação substitutiva**, que resulta em uma resignação coletiva, diária. A massa está dominada pela ideologia **cor-de-rosa** lançada pela TV.

É evidente que a TV através de seus programas produzidos em outras realidades culturais, com problemas distintos dos nossos, nos leva para um mundo que não condiz com o que sentimos em relação à econo-

mia, à política e à sociedade brasileira. Parece que assistimos a expansão de uma nova forma de colonialismo. Sente-se a amplitude da influência das transnacionais, de suas estratégias alienantes que vieram conferir ao capitalismo um novo modelo de desenvolvimento. É óbvio que a penetração capitalista transnacional está diretamente ligada à ação dos sistemas informativos. Estes, criam o meio ambiente cultural conformador de um sistema de vida e de um estilo de ser.

Os dezoito anos de arbítrio do Estado brasileiro refletem negativamente contra os interesses das classes subalternas no campo da informação e da cultura. Com a TV e seus programas a sociedade capitalista encontrou um meio eficiente para exercer pressões e influências sobre a grande massa, fora do seu tempo de trabalho e na intimidade familiar.

O telespectador, sobretudo aquele que não dispõe de outros recursos culturais, fica exposto passivamente aos programas determinados pela emissora. A capacidade de escolha ou a **liberdade** do receptor se limita a selecionar os canais que oferecem, aliás, poucas opções. Nessa situação ele recebe uma série de **ordens** sob forma persuasiva: assista..., tome aquilo..., acredite nisto..., não perca... Com essas **injeções** constantes o indivíduo se submete a um adestramento passivo, que o leva à dominação cultural, econômica, política e social.

Conclusões

A ideologia penetra na TV através de sua forma e conteúdo, dois momentos que não se separam. Continuamente são lançadas idéias que o indivíduo vai assimilando, muitas vezes até inconscientemente. Seria muita ingenuidade supor a democratização da TV unicamente através de uma mudança em sua forma e conteúdo. Deveria ser implantada uma forma de luta que permitisse defender outra estrutura social, mais justa e harmoniosa. Teria, mesmo que ser construída outra sociedade. A discussão do problema da ideologia da TV só tem sentido em função dos interesses de uma teoria de mudança social.

Pergunto, portanto: poderia uma sociedade atual viver sem as máscaras da ideologia dominante lançada pela TV? Obviamente que não, porque falta uma consciência crítica de grande parte dessa sociedade, falta uma autoconsciência. Ela é vítima, está treinada para ser dominada e, se essa dominação de repente não existir, essa mesma sociedade vai-se tornar perdida. Logicamente, se houvesse uma reestruturação do sistema, eliminando-se a repressão e dando-se ao cidadão liberdade para pensar e propagar suas idéias, aprenderia a ser crítico e a não aceitar falsas informações. Acredito que uma sociedade com essas bases viveria com lucidez, sem precisar aturar as máscaras perniciosas de uma ideologia dominante.

Concluo que há necessidade premente do seguinte:

Conscientização do telespectador a longo prazo, com a inclusão de um estudo dos mídias, particularmente da TV no currículo escolar em todos os níveis, além da mobilização das entidades e associações de classe (sindicato dos jornalistas e de radialistas) para uma discussão ampla do papel desse veículo de comunicação social;

— promoção, a nível nacional, de debates esclarecedores sobre a política brasileira de teledifusão, abordando-se a descaracterização dos aspectos regionais e locais da cultura, a cópia dos modelos americanos e a concessão dos canais para atender exclusivamente aos interesses do governo. Deve-se incentivar uma campanha ampla, para que sejam cassados os direitos de concessão de canais que não atendam aos interesses da comunidade;

— reflexões junto ao povo para se recuperar a dimensão crítica, tanto dos receptores, como dos emissores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- NEOTTI, Clarêncio (Coord.). Comunicação e Ideologia. S. Paulo, Ed. Loyola, 1980.
- CHAUÍ, Marilena. O que é Ideologia. S. Paulo, Ed. Brasiliense, 1982, (Coleção Primeiros Passos).
- BELTRAN, Luís R. e CARDONA, Elizabeth F. Comunicação Dominada; os Estados Unidos e os meios de comunicação da América Latina. Rio de Janeiro, Ed. Paz e Terra, 1982.
- CADERNOS INTERCOM, nº 2, S. Paulo, Cortez Editora, 1982.

NOTAS

- (1) MORÁN, J. Manuel. "Contradições e Perspectivas da TV Brasileira". In Cadernos Intercom, nº 2, p. 5.
- (2) Id. *ibid.*, p. 6.
- (3) Id., *ibid.*, p. 7.
- (4) Id., *ibid.*, p. 10.
- (5) SHORMIA, J. J. e ZEA, LEOPOLDO. "O Conteúdo dos Programas de Televisão: Outro Instrumento de Dominação". In Comunicação Dominada. Rio de Janeiro, Ed. Paz e Terra, 1982.