
A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA OPINIÃO PÚBLICA

Amanda Amélia Barbosa Faustino
Graduanda da UFCG (Aluna PIBIC)
mandix_bf@hotmail.com

De forma generalizada, o termo mídia abrange a idéia de meios de comunicação que possibilitam a transmissão de informação na sociedade contemporânea, favorecendo a expansão e exploração de idéias. Tendo grande poder de influenciar a opinião pública, a informação passou a ser global e imediata através da mídia.

O rádio, o cinema, a televisão, a internet, e até mesmo a música, devem ser vistos como meios que influenciam decisivamente a maneira que as pessoas percebem o mundo a sua volta. O historiador, portanto, deve fazer uso da mídia em seus estudos, a partir de uma olhar criterioso relacionado ao envolvimento entre a História e a Mídia.

O rádio, popular primeiro nos Estados Unidos, chegou a ser utilizado com propósitos militares durante a Primeira Guerra Mundial, assim como também foi utilizado como uma forma de cobrir corridas realizadas no país. Utilizado em 1904 para transmitir a prisão de um criminoso da época, o dr. Crippen, que havia fugido da Inglaterra para o Canadá, também foi o meio responsável pelo pedido de SOS do famoso navio Titanic que afundou em 1912. Música, partidas de futebol, política, previsões do tempo: tudo isso passou a invadir as casas das pessoas através do rádio.

Mais do que um meio de entretenimento e informação, o rádio foi utilizado como instrumento capaz de formar opiniões e mobilizar a sociedade a favor de determinados interesses. A radiodifusão passou então a ser percebida como meio de comunicação e a publicidade passou a ser incorporada ao rádio.

Influenciava tão fortemente a vida das pessoas que a partir de então o rádio era capaz de despertar o consumismo nas pessoas. Como consequência, passou a existir uma diversidade de estações de rádio, e quem ainda não tinha o instrumento em casa, era cada vez mais encorajado e seduzido a adquiri-lo.

O rádio então, assumiu um papel de destaque na sociedade e o poder público logo percebeu que poderia usá-lo em prol de seus interesses. Portanto, as programações passaram a ser controladas e interferidas, como aconteceu aqui no Brasil, onde o rádio foi um instrumento poderoso na divulgação do ideário do Estado Novo, através principalmente de um programa

em especial, A Hora do Brasil, programa oficial que difundia a imagem de uma sociedade ideal, criando assim uma unidade nacional.

Nessa época, o meio radiofônico recebeu incentivos do poder público para seu desenvolvimento. E assim podemos ver que desde o início, o poder público procurou manter sob controle os meios de comunicação.

As radionovelas merecem destaque especial, pois fizeram muito sucesso. Em geral, tinham uma linguagem simples e abordavam temas que despertavam sentimentos. Os programas de calouros também fizeram bastante sucesso e lotavam os auditórios das rádios. O interessante é que as emissoras passaram a receber o público em seus estúdios e assim os ouvintes participavam de forma mais direta das transmissões.

O rádio, portanto, passou a ocupar um lugar de destaque nas casas. Influenciava diretamente nos comportamentos, inovava as práticas cotidianas, unia o urbano e o rural, ditava modas e criava novas necessidades

Quando a televisão surgiu, foi bem parecido. Todos queriam ter acesso aquilo que era responsável pela transmissão da “imagem em movimento”. A produção das imagens da televisão passou então a ser controlada por corporações, que visavam o lucro e o domínio da “imagem em movimento”. Em “Uma História Social da Mídia”, é destacado o que um escritor da *Lightning*, revista famosa da década de 1920, havia dito a respeito da televisão:

Antes que o próximo século expire, os netos da geração atual se verão uns aos outros através do Atlântico, e os grandes eventos mundiais, ao passarem diante da câmera, serão realizados no mesmo instante perante a humanidade. (BURKE, 2004, p. 176).

A “idade da televisão”, 1950, foi a época em que a comunicação visual começou a se desenvolver. A televisão tanto proporcionava informação quanto entretenimento, além das campanhas publicitárias, vistas principalmente nos “intervalos comerciais”. A televisão, através da publicidade, mais do que nunca exercia o poder de influenciar seus telespectadores, fortalecendo consideravelmente o sentimento de consumismo das pessoas.

Em “Uma História Social da Mídia”¹ vemos que Dailly Mirror, jornal britânico, escreveu em 1950 que: “Se você deixar um aparelho de televisão entrar por sua porta, a vida jamais será a mesma”. O que nos leva a pensar o poder de impacto e de influência que a televisão causava na vida das pessoas.

¹ BRIGGS, A.; BURKE, P. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004, pág. 243.

Um importante evento histórico, a coroação da rainha Elisabeth, foi transmitido pela televisão em 1953, fazendo com que milhares de pessoas espalhadas nos mais diversos lugares, sentadas no sofá da sala ou observando telões expostos em prédios, assistissem “ao vivo” a coroação da rainha. Esse episódio não deve ser visto de forma simplista e isolada, já que fez com que milhares de pessoas não apenas vissem o evento, mas refletissem e levantassem discussões a respeito da coroação da rainha.

No início de 1970, o Jornal do Brasil destacou a importância da televisão em uma matéria intitulada “O meio é a televisão”, que disse que:

Este veículo de informação tão subestimado pela maioria dos intelectuais brasileiros e estrangeiros já está começando a ser reconhecido, digamos, artisticamente pelas principais revistas cinematográficas francesas. (JORNAL DO BRASIL, 1970).

A televisão brasileira nasceu inspirada no modelo norte-americano, com claras intenções comerciais. E teve papel fundamental para a construção de uma identidade nacional, com programas educativos veiculados por imposição do governo, destacando-se aqui os programas da “TVCultura”. Emissoras e programas educativos tinham como objetivo levar a educação a população brasileira, inclusive os “tele-cursos” concediam diplomas as pessoas. Portanto, além de entretenimento e publicidade, aqui no Brasil educação e cultura foram questões fortemente levantadas e levadas aos telespectadores do país.

A própria concorrência dentro das emissoras fez com que o conteúdo se diversificasse e se aprimorasse cada vez mais, beneficiando assim os telespectadores que ganhavam um poder de escolha. Agora uma pessoa podia escolher em assistir uma telenovela, um telejornal, um programa educativo ou um programa de calouros, por exemplo. Enquanto as pessoas reservavam uma hora do seu dia para assisti-los, geralmente a noite após um dia longo de trabalho ou de estudos, cada um desses programas ia aos poucos formando a opinião pública dessas pessoas.

Já o cinema, inicialmente “mudo”, surgiu antes do rádio, e quando surgiu muitos acreditavam que estava ocupando o lugar do teatro. A França dominou a produção inicial, mas logo os Estados Unidos ocuparam o primeiro lugar, principalmente com Hollywood, centro mundial da produção cinematográfica, que já tinha suas “estrelas de cinema” mesmo em seu início, destacando-se aqui a figura de Charles Chaplin, que fez seu primeiro filme em Hollywood, *Making a Living*, em 1914.

Com o fim do cinema mudo e a introdução do som, a indústria de filmes aumentou e as pessoas ficaram cada vez mais encantadas pelo cinema. Expressaram-se em filmes diferentes culturas e os problemas sociais cada vez mais passaram a inspirar a produção dos filmes. Viam que o filme possibilitava uma “cópia” da realidade e isso motivava tanto os produtores quanto o público.

Uma pessoa ao assistir um filme, em especial um historiador ou algum outro pesquisador, deve levar em consideração uma série de fatores, principalmente o grau de manipulação da imagem. Pois como sabemos, muitos olham os filmes como expressões fiéis da realidade, quando não é bem isso. Evidentemente, a linguagem visual procura manifestar diferentes momentos históricos, mas temos que ter em mente que um filme não reproduz a realidade, mas a reconstrói. O cinema tem sim grande valor e influência nas mentalidades, no entanto tem que ser sempre questionado, assim como os demais meios de comunicação.

No final da década de 1990 E.M Noam, disse que: “quando for escrita a história da mídia do século XX, a Internet será vista como sua maior contribuição”². A Internet surpreendeu. O usuário de forma imediata pode encontrar uma variedade de informações. E se no início estava restrita a elite, hoje vemos que está se transformando em um meio de comunicação de massa.

Assim como o rádio, a televisão e o cinema, a internet oferece informação, entretenimento e publicidade. O maior diferencial é que um instrumento difícil de controlar, portanto, o governo não exerce um controle tão evidente nesse meio quanto nos demais.

Sem dúvidas a internet exerce grande influência na formação de opinião, o internauta pode ter acesso através de um computador conectado a uma rede a basicamente tudo que o rádio, a televisão e o cinema oferecem: música, informação através de jornais eletrônicos, vídeos, filmes, e mais, como fotos, HQs, artigos acadêmicos e livros, funcionando também como um meio de comunicação entre amigos e familiares, onde os “e-mails” substituem as “cartas”.

Destacam-se também os fóruns virtuais, onde as pessoas trocam informações e opiniões. Existindo tanto os fóruns mais gerais, como os mais específicos. Dentro da própria História encontramos diversas redes sociais voltadas para os estudantes, pesquisadores e interessados no estudo da História. E isso vale para os mais diversos campos do

² BRIGGS, A.; BURKE, P. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004, p. 300.

conhecimento. Temos então a Internet como um meio que proporciona os mais diversos debates acerca do conhecimento e da educação.

E por último, mas não menos importante, a música. Elemento extremamente vinculado a mídia em geral: no rádio, na televisão, no cinema – através de suas trilhas sonoras – e na internet, em todos esses meios a música se faz presente. A musicalidade deve ser entendida como uma forma de expressar e expandir opiniões, pois a música muitas vezes é usada como uma forma de resistência e de manifestação de grupos sociais.

Temas como racismo, desigualdade social, injustiça, política, paz, guerra, amor, insatisfação: tudo isso se faz presente nas letras e nas melodias das músicas. O ouvinte deve, portanto procurar analisar essas músicas, relacionando-as ao contexto em que foram escritas. Paul Oliver, especialista inglês em Blues, falou que:

O Blues é o lamento dos oprimidos, o grito de independência, a paixão dos lascivos, a raiva dos frustrados e a gargalhada do fatalista. É a agonia da indecisão, o desespero dos desempregados, a angústia dos destituídos e o humor seco do cínico. (1995 apud OLIVER 1978, p 53).

Portanto, a música pode também influenciar a forma que as pessoas sentem o mundo, e geralmente é o que acontece. Pois a música atinge os sentimentos, sensibilizando assim as pessoas e levando a estas muitas vezes a idéia de querer “mudar o mundo”.

Assim, este trabalho através de uma rápida análise dos principais *meios de comunicação* quis evidenciar o poder que a mídia tem de moldar e formar a opinião pública, sempre difundindo mensagens. E que o historiador pode e deve fazer uso da mídia em seus estudos.

Referência Bibliográfica

BRIGGS, A.; BURKE, P. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

MUGGIATI, Roberto. **Blues** – da lama a fama. São Paulo, Sp: Editora 35, 1995.

O meio é a televisão. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro. 15 de março de 1970.

VERONEZZI, José Carlos. **Mídia de A a Z: conceitos, critérios e fórmulas dos 60 principais termos de mídia**. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.