

A dominação midiática e as eleições brasileiras de 2018

As saídas para os movimentos sociais.

Ediel Vieira Rangel

UFVJM – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri

Introdução

No Brasil apenas cinco famílias controlam 50% dos principais veículos de mídia¹, o que é um grande perigo à democracia uma vez que tal ferramenta é de extrema importância para a formação de opinião das massas e isso tem impacto direto nas eleições de 2018, pois esses burgueses da comunicação podem sem nenhum escrúpulo tendenciar mídia para aquele candidato que bem lhe interessa sem se importarem com as classes menos favorecidas.

O uso das redes sociais tem se tornado cada vez mais importante, mas o que era antes um território “livre” do capital hoje se modificou, já que o território agora é programado por algoritmos que direcionam as informações a determinado público, mas isso depende de quem paga mais.

Uma vez que o não há interesse da grande mídia em vincular em sua programação qualquer fato que seja contra o capital, faz-se necessário que os grupos de esquerda e movimentos sociais adotem mídias alternativas contra a oligarquia midiática burguesa.

A internet com ferramenta de alcance às massas

A dominação da grande mídia pelo capital, leva ao trabalhador um produto cultural já selecionado ao ponto de vista do dominador, a fim de não causar grandes desconfortos às massas. Coelho (1980) diz que a cultura de massa aliena, forçando o indivíduo a perder ou a não formar uma imagem de si mesmo diante da sociedade, sendo uma de suas primeiras funções que exerce seria a narcotizante, o que leva as massas à incapacidade de obter uma crítica social de sua situação. Quando Marx diz que a religião é o ópio do povo, podemos readaptar a frase por “a mídia é o ópio do povo”, sendo aplicado diariamente em doses “cavalais” na classe trabalhadora que usa o seu tempo livre em frente à TV para se entreter e amenizar mais um dia de exploração de sua força de trabalho.

A ferramenta midiática no campo das campanhas eleitorais tem se desenvolvido a níveis cinematográficos quase “hollywoodianos”, o amadorismo em propaganda eleitoral já não cabe mais e quem usa tais ferramentas com quase precisão cirúrgica são os detentores desses meios de produção, a burguesia. Adorno (2002) cita que na indústria cinematográfica os produtores examinam os temas abordados de forma tão minuciosa que talvez tais detalhes passassem despercebidos aos olhos do artesão de vitrais da idade média, mas não nos olhos dos produtores e isso é necessário para encantar o telespectador como fez o Flautista de *Hamelin*.

Segundo o IBGE (2018), o Brasil tem mais de 69,3% de domicílios com acesso à internet, tornando a internet um dos mais importantes veículos de comunicação.

Dois efeitos tem se tornado cada vez mais fortes e presentes em nossa sociedade eletrônica e virtualizada, os *Memes* e as *Fakenews*. Os *memes* retratam alguma realidade de forma cômica e simplificada; mas, muitas vezes eles funcionam apenas como forma canalizadora das *fakenews*. Por não requererem muita leitura, nem esforço intelectual, e tendo o seu caráter cômico, os *memes* têm levado a sociedade virtualizada em redes sociais a tirarem conclusões a partir apenas de imagens engraçadas com duas a três frases, limitando a formular uma crítica real da situação, sem procurar saber se a informação é ou não verdadeira; e assim como recebida, aquela imagem é repassada para terceiros, formando uma cadeira de “pensadores de *memes*”.

Conclusão

Nas eleições que, queriam os deuses, chegarão em 2018, os representantes dos movimentos sociais e de grupos ditos de esquerda devem usar os meios alternativos de comunicação, como a internet, as redes sociais e os canais de vídeos web como o *YouTube* com o mesmo profissionalismo que a burguesia faz. Devem usar a mesma técnica e a mesma ferramenta, não de forma

1 <https://www.cartacapital.com.br/sociedade/cinco-familias-controlam-50-dos-principais-veiculos-de-midia-do-pais-indica-relatorio>

inescrupulosa com faz a burguesia, mas de forma consciente e profissional, de modo que a classe trabalhadora se identifique com quem a pode representar nesse nosso frágil sistema democrático.

A esquerda deve, de forma pedagógica ensinar a classe trabalhadora a fazer uma análise crítica de sua situação e isso será possível combatendo a oligarquia midiática com o que elas mais temem hoje, o crescimento da internet. Atualmente, não é necessário investimentos milionários para ter um canal de TV, no *YouTube* isso é gratuito, o que leva a uma certa independência criativa dos moldes imperialista midiáticos atuais.

Bibliografia

ADORNO, Theor W. Indústria cultural e sociedade. Seleção de textos Jorge Mattos Brito de Almeida traduzido por Juba Elisabeth Levy... [et al.]. — São Paulo. Paz e Terra, 2002.

COELHO, Teixeira. O que é indústria cultural. São Paulo. Brasiliense, 1980.

IBGE. Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal. Rio de Janeiro: IBGE, 2018. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 15 Mar. 2018.