



A CONSTRUÇÃO DE UMA SOCIEDADE DO MEDO ATRAVÉS DA INFLUÊNCIA DA MÍDIA

Maria Eduarda Bifi LEON¹
Florestan Rodrigo do PRADO²

RESUMO: O presente artigo tem como objetivo analisar a interferência da mídia na sociedade, por meio de um breve estudo sobre a evolução dos meios de comunicação em massa, e como esses meios ao transmitirem informações vem influenciando na construção do conhecimento de cada indivíduo, sendo que quando a imprensa se utiliza de métodos sensacionalistas para a propagação de notícias violentas acabam por incitar a cultura do medo, essa que, por sua vez, causa um sentimento de insegurança nas pessoas e acaba por legitimar posturas autoritárias.

Palavras-chave: Mídia. Informação. Influência. Sensacionalismo. Cultura do Medo.

1 INTRODUÇÃO

Ao observar os comportamentos humanos percebemos que eles são influenciados por vários fatores, tendo a mídia como um dos principais agentes influenciadores, dado a sua facilidade de propagar informações para a sociedade de maneira rápida e para qualquer lugar do mundo.

Para compreender melhor o porquê de a mídia causar tanto impacto na vida das pessoas, é imprescindível fazer uma breve análise acerca da origem da palavra mídia e do seu conceito, assim como da evolução dos meios de comunicação de massa, e como o surgimento de cada um deles impactou na dinâmica social.

Ademais é necessário observar que a função social dos meios de comunicação é a de propagação de informações, e como esse papel vem sendo utilizado pela classe dominante como uma forma de controlar as pessoas, visto que

¹ Discente do 7º Termo do curso de Direito do Centro Universitário “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. E-mail: mariaeduardabifileon@gmail.com.

² Docente do curso de Direito do Centro Universitário “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. Doutorando e mestre em Ciências Jurídicas pela Universidade Estadual do Norte do Paraná - UENP, Campus de Jacarezinho – PR, Especialista em Direito pela Escola Superior do Ministério Público de SP. E-mail: florestan@toledoprudente.edu.br. Orientador do trabalho.

as notícias ao serem recebidas pelo ser humano vão agregar ao seu conhecimento, este que por sua vez dita como as pessoas se comportam perante a sociedade.

Além disto, a mídia vem se valendo de técnicas sensacionalistas para a divulgações de informações, principalmente daquelas que envolvem condutas criminosas, o que acaba por disseminar o sentimento de medo e insegurança na sociedade, ocasionando o surgimento da cultura do medo.

Diante do que foi exposto, o presente estudo pretende, através do método de pesquisa bibliográfica, compreender como a mídia sensacionalista vem influenciando cada vez mais no comportamento das pessoas, fomentando o sentimento de medo e pânico do indivíduo, estabelecendo, assim, na sociedade uma cultura do medo.

2 ANÁLISE HISTÓRIA DA MÍDIA

Ao realizar uma breve análise histórica da expressão mídia denota-se que a sua origem vem do latim *media*, plural de *medium*, que significa meio, por isso que ao nos referirmos ao termo mídia sempre associamos aos meios de comunicações.

Inicialmente a palavra *media* foi utilizada pelos países de língua inglesa para se referir à um departamento de uma agência de publicidade que tinha como finalidade selecionar os veículos de comunicação para campanhas.

No Brasil, o termo *media* somente passou a ser utilizado na década de 1960, contudo, como explica Magda Muniz (2004, p. 15), a aplicação dessa palavra gerava muitas brincadeiras, visto que como fazia referência a um departamento de publicidade causava a impressão de que os profissionais que trabalhavam nesse setor “faziam média” com seus clientes, posteriormente, para acabar com esse problema, o Grupo de Mídia, por volta de 1970, trocou a letra *i* no lugar do *e*, a partir de então a palavra mídia passou a se referir ao conjunto dos meios de comunicação.

Portanto, mídia é o conjunto de todos os meios de comunicações, como como jornais, revistas, televisão, rádio, internet, etc., que tem como finalidade a transmissão de informações e conteúdos variados à uma quantidade significativa de pessoas. Nesse sentido segue o conceito de mídia do Dicionário Michaelis (MÍDIA, 2021):

Toda estrutura de difusão de informações, notícias, mensagens e entretenimento que estabelece um canal intermediário de comunicação não pessoal, de comunicação de massa, utilizando-se de vários meios, entre eles jornais, revistas, rádio, televisão, cinema, mala direta, outdoors, informativos, telefone, internet etc.

Desse modo, a mídia faz parte do processo de comunicação em massa, que possui como principais elementos: emissor, receptores, mensagem e veículo. Esse processo de comunicação busca emitir informação em larga escala, e acontece quando o emissor transmite uma mensagem aos receptores por meio da mídia, isto é, através dos meios de comunicação.

2.1 EVOLUÇÃO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA

A palavra comunicação, segundo Marina Costa (2017, p. 14), deriva da expressão em latim *communicatio*, que tem como definição “ação comum” ou “participar”, deste modo quando o indivíduo torna algo público, seja uma informação, um sentimento ou uma experiência ele está se comunicando com outras pessoas.

A primeira forma de comunicação tem origem na pré-história e surgiu da necessidade de o ser humano trocar informações uns com os outros. Nessa época a comunicação era realizada através de gestos, gritos e grunhidos, e de maneira intuitiva, ligado, principalmente, ao seu instinto de sobrevivência.

Posteriormente, os homens criaram um novo meio de se comunicar: o desenho. Essa forma de comunicação era realizada através de desenhos pintados nas paredes das cavernas, que posteriormente ficaram conhecidos como pinturas rupestres.

A história da escrita está internamente ligada ao momento em que os seres humanos começaram a utilizar dos desenhos para se comunicarem, como bem explica Rafaela Queiroz Ferreira Cordeiro (2017. pg.36):

... o primeiro passo para criar a escrita se deu com a padronização de significados de imagens. Afinal, se não houvesse uma compreensão comum e partilhada entre as representações, como as pessoas entenderiam o seu sentido? Isso se deu, contudo, durante a consolidação da agricultura, o que levou inevitavelmente à necessidade de se estabelecer limites e direitos nas propriedades de terra e nas atividades comerciais. Portanto, você não deve se surpreender com o fato de que a escrita tenha começado em regiões como a da Suméria – o atual Iraque – e a do Egito, locais em que se praticava a agricultura. São deles as famosas escritas pictográfica, por meio dos hieróglifos, e cuneiforme, respectivamente. Igualmente, após variações

entre diversos povos, os gregos padronizaram e simplificaram o sistema de escrita, o qual foi ainda aperfeiçoado pelos romanos.

Porém, ao longo dos anos surgiu a necessidade de que a mesma informação alcançasse uma maior quantidade de pessoas, a partir de então houve a criação dos meios de comunicação de massa, que com a evolução da tecnologia foram se aprimorando cada vez mais.

2.1.1 Jornal

O primeiro meio de comunicação criado para difundir informações para a população foi o jornal, que surgiu do interesse do imperador Júlio César de informar ao público sobre os acontecimentos políticos e sociais que aconteciam em Roma. Este jornal recebeu o nome de *Acta Diurna* e era escrito em grandes placas de pedras, postas em lugares públicos, como praças, para que qualquer um que passasse por ali tivesse acesso à informação.

Segundo Augusto Deodato Guerreiro (2018, p.158), o primeiro jornal em papel foi o “Notícias Diversas”, publicado na forma de um panfleto, na China, por volta de 713 d.C. Contudo, somente em 1447, com a invenção da prensa de papel por Johannes Guttenberg, que os jornais começaram a ser produzidos em grande escala, visto que esse aparato possibilitou a sua confecção de forma mais rápida e eficaz.

Durante o século XVII, em alguns países da Europa os jornais começaram a ser publicados periodicamente, de início eram transmitidos mensalmente, posteriormente passaram a ser semanalmente, até que, por fim, se tornaram diários.

No Brasil, antes da vinda da família real portuguesa a impressão era proibida, desse modo somente em 1808 que foi publicado primeiro jornal no país, o denominado Correio Braziliense de Hipólito da Costa. Porém, esse jornal era produzido em Londres, sendo que somente mais tarde, no mesmo ano, que se teve o primeiro jornal impresso em território brasileiro, a Gazeta do Rio de Janeiro.

Apesar de o jornal estar perdendo bastante espaço para os outros meios de comunicações mais modernos, é ainda utilizado nos dias atuais, visto que muitas pessoas mantêm o costume de ler diariamente o jornal de papel enquanto toma café da manhã, ademais esse meio vem sofrendo grandes modificações para acompanhar a era da tecnologia.

2.1.2 Telégrafo

O telégrafo foi uma grande evolução nos meios de comunicação, pois possibilitou que as informações fossem transmitidas à longas distâncias de forma mais rápida e eficiente.

De uma forma simplificada telégrafo é um aparelho de comunicação que funciona por meio de eletricidade, criado na Grã-Bretanha por William Fothergill Cooke e Charles Wheatston, por volta da década de 1830, porém, não havia utilidade prática, como versa Augusto Deodato Guerreiro (2018, p. 166): “a princípio, quase nula a sua utilização ao nível prático e logístico, dado serem necessários vinte e seis fios, correspondendo cada um a uma letra do alfabeto”.

Somente com Samuel Morse que o telégrafo alcançou a sua potencialidade prática, pois ao criar o código Morse, que é um sistema de pontos e traços que substituí as letras e os números, fez com que esse aparelho precisasse de apenas um único fio para a transmissão de sinais elétricos, possibilitando assim a leitura de 40 palavras por minuto.

No Brasil, o Ministro da Justiça Eusébio de Queiroz determinou a implantação do telégrafo, com o objetivo de que esse auxiliasse ao combate do tráfico de escravos, visto que iria facilitar a comunicação entre os quartéis de polícia e os portos. A inauguração da primeira linha telegráfica aconteceu em 1852 com a instalação de um rede entre o Palácio de São Cristóvão e o Quartel Central no Campo da Aclamação.

Com o passar dos anos foram instaladas várias linhas telegráficas ao redor do mundo, sendo que, como aponta Augusto Deodato Guerreiro (2018, p.169), “o telégrafo só veio a ganhar um exponencial aumento da sua capacidade a partir da instalação dos cabos submarinos, na segunda metade do século XIX”.

O telégrafo trouxe várias mudanças para a sociedade, visto que ocasionou o aumento da velocidade de transmissão de informação e para lugares cada vez mais distantes, de maneira em que o ser humano não ficava mais à mercê de meios de transporte para se comunicar com outras pessoas.

Desse modo, apesar de não ser um instrumento que toda a população tinha acesso, é relevante o estudo do surgimento e funcionamento do telégrafo, em razão

de sua importância para a evolução dos meios de comunicação, já que aumentou a velocidade e a distância em que as informações eram transmitidas.

2.1.3 Telefone

O grande problema do telégrafo era que ele somente transmitia uma mensagem por vez, desse modo os pesquisadores começaram a procurar uma forma de emitir várias mensagens de uma vez só. Sendo que a partir da busca pelo aperfeiçoamento do sistema de transmissão do telégrafo que surgiu o telefone.

Sobre a criação do telefone, Asa Briggs e Peter Burke (2006, p.145-147) informam que:

A história do telefone, que se tornou um instrumento de comunicação pública e privada, começou alguns anos antes, em março de 1876, quando Alexander Graham Bell (1847-1922), inventor norte-americano mas nascido na Escócia, patenteou seu "telefone", palavra usada pela primeira vez em 1796 para um método puramente acústico de comunicação. Em 1837, o norte-americano C.G. Page descobriu que mudanças rápidas na magnetização do ferro produziam uma nota musical, "música galvânica", sendo que alguns pesquisadores depois dele usaram um diafragma para aumentar a saída de som. Dentre tais pesquisadores destaca-se especialmente Philip Reiss, professor de Frankfurt que alegava haver transmitido "fala inteligente".

Apesar de alguns pesquisadores terem descoberto que dava para transmitir a voz por meio de um aparelho, somente Alexander Bell conseguiu realizar tal feito. A primeira chamada telefônica aconteceu na Exposição Internacional da Filadélfia, em 1876, em que Bell realizou uma ligação para seu sócio Thomas Watson.

Após essa demonstração feita por Bell o mundo inteiro manifestou interesse em adquirir tal aparelho que possibilitava ouvir a voz de uma pessoa que estivesse a quilômetros de distância. No Brasil o primeiro a adquirir o telefone foi Dom Pedro II, que mandou instalar uma linha telefônica que ligava o Palácio da Quinta da Boa Vista à residência dos ministros do imperador.

O telefone foi uma grande novidade científica para a época, visto que modificou completamente a maneira pela qual as pessoas se comunicavam, contudo, eram poucos aqueles que tinham condição financeira de obter tal aparato, sendo, então, um aparelho que só atingia uma parcela ínfima da população.

Embora, o telefone não seja um meio de comunicação de massa e sim interpessoal tem grande importância para a mídia, visto que ele permite o

compartilhamento de informações de maneira rápida e para qualquer lugar do mundo, e como veremos posteriormente, com o surgimento da internet qualquer pessoa hoje em dia pode ter acesso a uma notícia apenas com o telefone celular em mãos.

2.1.4 Rádio

O rádio é um meio de comunicação de massa à distância baseado na divulgação de informações sonoras, tendo como base para a sua criação as tecnologias utilizadas nos telégrafos e nos telefones, porém ao contrário desses o rádio tem como função difundir informações para várias pessoas ao mesmo tempo.

A primeira transmissão radiofônica do mundo foi realizada em Londres pelo cientista italiano Guglielmo Marconi no ano de 1896, contudo não se pode apontar uma única pessoa como o principal criador do rádio, visto que a sua criação é bem complexa e deriva de vários estudos, como bem explica Asa Briggs e Peter Burke (2006, p. 155):

A ciência por detrás da radiotelegrafia possuía uma longa história, até mesmo anterior ao trabalho do cientista alemão Heinrich Hertz (1857-94). Foi ele quem comprovou experimentalmente o brilhante trabalho teórico do cientista britânico James Clerk Maxwell (1831-74), de uma geração anterior, que formulara em 1864 as equações matemáticas básicas relativas ao campo eletromagnético. Tanto Hertz quanto Maxwell morreram jovens. Oliver Lodge, nascido em 1851, que morreria de velhice em 1940, foi quem demonstrou as ondas hertzianas, tal como foram imediatamente rotuladas, para a Royal Institution em 1895. Ele também inventou um "[rádio] coesor", como o chamou — um receptor de onda hertziana tendo um fio de ferro dentro de um tubo —, sem que jamais percebesse a importância econômica de seu trabalho. Para ele, o coesor era um dispositivo pedagógico.

Após a descoberta das ondas hertzianas, que posteriormente ficaram conhecidas como ondas de radiofrequência, o Guglielmo Marconi desvendou uma maneira de transmiti-las sem utilizar de nenhum fio, porém essa transmissão sem fio não emitia sons e sim sinais do Código Morse. Desse modo, o rádio no início foi utilizado como um substituto do telégrafo, principalmente por países que estavam em guerra, visto que não precisava de fio, contudo as mensagens podiam ser captadas por qualquer pessoa.

Apenas no ano de 1906, em Massachusetts, que o Reginald Fessenden, inventor canadense, realizou a primeira transmissão de voz através do rádio.

Entretanto, somente após o fim da primeira guerra mundial, que houve o aperfeiçoamento do aparelho e o surgimento de emissoras de rádio por todo o mundo.

A primeira transmissão radiofônica no Brasil aconteceu no dia 7 de setembro de 1922 durante a comemoração do centenário da independência do país. Nesse dia foi transmitido o discurso realizado pelo Presidente Epitácio Pessoa, contudo só as pessoas que estavam presentes no local da exposição e aquelas que tinham os receptores de rádio puderam participar de tal momento.

Depois dessa demonstração o médico brasileiro Roquette Pinto se interessou pela invenção e convenceu a Academia Brasileira de Ciências a patrocinar a criação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro no ano de 1923, que foi fundada sem nenhuma intenção de fins comerciais. Após isso houve a introdução de várias estações de rádio pelo Brasil.

Como bem explana Armindo Ribeiro Ferreira (2014, p. 18), apesar do surgimento de outros meios de comunicação, o rádio até hoje tem grande participação na vida das pessoas, estando presente, por exemplo, enquanto o indivíduo está dirigindo ou até mesmo levando informações para lugares, em que ainda não há sinal de TV ou de energia elétrica.

2.1.5 Cinema e Televisão

O surgimento e o desenvolvimento do cinema e da televisão está diretamente ligado à evolução das câmeras. A primeira grande descoberta da fotografia foi a câmera escura, tendo relatos de seu uso pelo Aristóteles, e posteriormente pelo Leonardo da Vinci.

A partir dos fundamentos da câmera escura que se teve a criação das máquinas fotográficas, tendo como o seu protótipo o daguerreotipo, criado pelo francês Lois Jacques Mandé Daguerre em 1839. Esse dispositivo foi o primeiro aparelho fotográfico a registrar fotos em consonância com a realidade, sendo que a partir dele surgiu vários outro aparatos com a mesma função, como explica Asa Briggs e Peter Burke (2006, p. 166):

Também em 1839, em Londres, William Henry Fox Talbot (1800-77), que havia trabalhado ao mesmo tempo que Daguerre, mas empregando um processo inteiramente diferente — usando nitrato de prata e produzindo

"negativos" sobre papel —, demonstrou seus "calotipos". Chamou-os de "desenhos fotogênicos", para "amantes da ciência e da natureza", ao apresentá-los na Royal Society. As imagens eram mais delicadas do que os daguerreótipos, e diz-se que em 1840 o suíço Johann Baptiste Isenring mostrou um método para colori-las. No entanto, somente em 1861 a primeira fotografia em três cores foi feita por um grande cientista famoso em outros campos, James Clerk Maxwell (ver p.139 e 155); ela só podia ser vista através de um projetor.

Posteriormente, em 1872, o fotógrafo inglês Eadweard Muybridge foi o primeiro a produzir imagens em movimento, quando utilizou a câmera fotográfica para capturar uma sequência de imagens de cavalos que, ao serem mostradas através de uma máquina chamada zoopraxiscópio, davam a impressão de que os animais estavam em movimento.

A evolução das máquinas fotográficas propulsionou a criação do cinetoscópio pelo Thomas Edison, que é uma caixa individual de projeção interna de imagens. Porém, são os irmãos Lumière que ficaram mundialmente conhecidos como os criadores do cinema, ao inventarem um aparelho chamado cinematógrafo, que permite a captura de imagens e sua projeção em uma tela. Segundo Jeancolas (2004, apud FERREIRA, 2018, p. 17-18):

Em 28 de dezembro de 1895, na cidade de Paris, os irmãos Louis e Auguste Lumière promoveram um evento cuja repercussão ultrapassaria as fronteiras francesas, alcançando, em um movimento relativamente crescente, os demais continentes. Naquele dia, as 33 pessoas presentes no Grand Café assistiram à bem-sucedida exibição de filmes realizados pelos irmãos Lumière, sendo consideradas o primeiro público de cinema.

O primeiro filme exibido no Brasil foi em 1896, sendo que um ano após sua exibição houve a inauguração da primeira sala de cinema pelo italiano Paschoal Segreto. Tem-se o conhecimento de que Afonso Segreto ao filmar Baía de Guanabara em 1898 realizou a primeira filmagem no país.

Com o advento do cinema criou-se uma nova percepção acerca da informação, visto que, como aponta Rosália Duarte (2009, p. 22): “as potencialidades do novo aparato técnico passaram a ser exploradas na documentação de sociedades e culturas muito diversas, de ambientes naturais e da vida animal, gerando imagens de grande valor científico e etnográfico”.

Os primeiros filmes continham imagens em preto e branco, e não emitiam nenhum som. Aos poucos, graças a evolução tecnológica, as salas dos cinemas foram ganhando cores e sons, até chegar ao momento atual, cuja qualidade da imagem e do áudio nem se comparam com a dos filmes antigos.

Porém, o ser humano não se contentou com a criação de um equipamento que apenas permitia a transmissão de filmes nas salas dos cinemas, logo surgiu a invenção da televisão, aparelho que transmite imagens e sons à distância para dentro da casa de cada indivíduo.

O engenheiro John Logie Baird, utilizando de vários inventos tecnológicos da época, criou a primeira televisão em 1920. A partir de então o aparelho foi sendo aprimorado, tendo como uma das principais inovações o Ionoscópio, que é um tubo de imagem criado em 1923 pelo russo Wladimir Zworykin.

A televisão chegou em território brasileiro em 1939, durante a Feira de Amostras no Rio de Janeiro, cuja atração principal era a exposição desse aparelho. Porém, somente em 1950 que foi criada, pelo jornalista Assis Chateaubriand, a primeira emissora de televisão do Brasil, a chamada TV Tupi.

Apesar da criação do primeiro canal aberto no Brasil ter acontecido em 1950 demorou um tempo para que a população brasileira tivesse acesso a esse novo meio de comunicação de massa, como aponta Marialva Barbosa (2013, p. 257-258):

Mesmo após a inauguração da primeira emissora, em 18 de setembro, de 1950, eram ainda escassas, na década de 1950, as referências ao novo meio de comunicação. Nos jornais, só em meados daqueles anos, é que os anúncios oferecendo aparelhos das marcas RCA, GE, Invictus, Phillips, Philco e Telefunken começavam a aparecer com mais intensidade. Até então, raramente havia indicações da presença do novo meio na vida cotidiana. O rádio continuava dominando a cena comunicacional nos anos de 1950.

Ao longo dos anos a televisão foi sendo aprimorada, surgindo novos aparelhos, como a TV de tela plana, sendo que essas mudanças facilitaram a sua popularização. Atualmente a televisão é um dos principais meios de comunicação de massa existente, visto que se tornou um bem acessível para a maioria da população, além de exibir entretenimento também há a disseminação de informações.

2.1.6 Internet

A internet é, sem dúvidas, uma das maiores invenções do século XX, porém não seria possível a sua criação sem que existisse os computadores, visto que ambos se desenvolveram paralelamente. Neste sentido, Augusto Guerreiro (2018, p. 224-225), faz uma breve contextualização sobre o assunto:

Na década de 40 do século XX, mais exatamente em 1943, teve início o computador, sendo, como referimos no ponto um do capítulo I, uma gigantesca máquina de cálculos, que ocupava uma sala inteira, o qual, depois de passar por profundas transformações, veio a atingir, pela primeira vez em 1971, um tamanho de micro computador, sendo, desde essa altura, que o homem começou a assumir uma ilimitada responsabilidade na evolução do computador, numa dimensão de funcionalidade e operacionalidade, portabilidade e usabilidade, saindo dos enormes computadores e chegando aos portáteis e aos de mão, deixando de ser apenas máquinas de cálculo e passando a abranger as mais variadas e sofisticadas funções e finalidades. É na sequência do aparecimento do computador (também já referido no ponto um do primeiro capítulo) que também surge, em 1969, entre as bases militares dos EUA, o sistema de comunicação “Arpanet”, ...

A criação da internet foi financiada pela área militar dos Estados Unidos da América, decorrente do período da Guerra Fria que o país enfrentava. O Departamento de Defesa dos Estados Unidos (ARPA - Advanced Research Projects Agency) temendo os possíveis ataques que a Rússia poderia realizar no território americano buscou um meio que facilitasse a troca de informações entre pessoas distantes geograficamente.

O marco histórico considerado como o momento do surgimento da internet aconteceu no laboratório da Universidade da Califórnia, Los Angeles, no ano de 1969, quando foi enviado o primeiro e-mail ao Instituto de Pesquisa de Stanford. Também foi a primeira troca de informações entre pessoas a longa distância através de um computador.

No início, até então, a chamada ARPANET era uma rede limitada, utilizada somente pelo governo, universidades com tecnologia de ponta e outros centros de pesquisa. Somente na década de 1980 que ocorre a expansão da internet para a população, como bem aponta Márcia Dementshuk e Percival Henriques (2019, p. 135), começa-se “o período da Internet comercial nos Estados Unidos; Internet, com “I” maiúsculo, o nome da rede pública mundial para aonde convergem outras redes”.

Foi na década de 1990 que Tim Berners-Lee desenvolveu World Wide Web (www), sistema de hipermídia que possibilita o acesso as informações dispostas na internet. Essa década ficou conhecida como o “boom da internet”, dado em vista que houve um aumento significativo na quantidade de usuários e de navegadores.

Como aponta Augusto Guerreiro (2018, p. 228): “a disseminação e a popularização da rede de redes Internet deu-se em 1990, tornando-se, progressivamente, numa rede mundial, fonte de conhecimento, interatividade, diversão e, acima de tudo, de informação e comunicação.”

A partir de então, houve a criação de vários sites e redes sociais, causando, assim, um grande impacto na sociedade, pois o ser humano passou a consumir na internet uma grande gama de informações, cultura, entretenimento, produtos, etc., dado a facilidade que ela tem em transmitir tudo isso de forma rápida para várias pessoas simultaneamente e em todos os lugares do mundo.

Já a implantação da internet no Brasil, como explica Márcia Dementshuk e Percival Henriques (2019, p. 346):

De meados de 1970 até 1989, aprendeu-se a formar redes no Brasil. Daí até 1995, aprimorou-se estar em rede. Depois, os desafios foram conviver em rede. Como no trânsito de veículos, era fundamental organizar as vias; sinalizar, definir onde seria mão dupla; quais teriam duas ou mais faixas; onde colocar os giradores (ou rótulas); seguir os padrões e as regras. O tráfego aumentava, ao mesmo tempo em que a estrutura era planificada. Nem mesmo era concluída e já exigia ampliações.

Desse modo, houve um longo processo para que a internet fosse implantada no Brasil, tendo como marco de sua instalação a conexão realizada entre o Laboratório Nacional de Computação Científica do Rio de Janeiro e a Universidade de Maryland dos Estados Unidos no ano de 1988. De início a internet era restrita ao uso acadêmico, posteriormente, em 1995, que as redes acadêmicas foram abertas ao público, se tornando, então, de uso comercial.

A internet se torna cada vez mais presente no nosso cotidiano, tendo como um de seus motivos a evolução dos computadores e dos telefones móveis, visto que com esses aparatos o ser humano pode acessar aos sites e redes sociais em qualquer lugar e a qualquer hora. Desse modo, não há como negar que atualmente o principal meio de comunicação de massa é a internet, que vem influenciando cada vez mais na maneira como os seres humanos vem se comportando perante a sociedade.

3 FUNÇÃO DA MÍDIA NA SOCIEDADE

No século XX, com todas as mudanças ocasionadas pelo avanço da tecnologia, surgiu a concepção de uma sociedade da informação. Esse termo alude que a sociedades vem se baseando na tecnologia de informação, como explica Denis McQuail (2012, p.16):

Mudanças significativas na mídia de massa “tradicional” impressa e de rádio e televisão estão começando a acontecer.* Essas mudanças ocorrem

principalmente devido a avanços tecnológicos nos meios eletrônicos de distribuição e manipulação de informações, mas também refletem mudanças sociais e econômicas mais essenciais e de longo prazo. O termo mais usado para descrever a ordem social emergente dos estados mais desenvolvidos economicamente é “sociedade da informação”. Resumidamente, isso se refere a uma forma de sociedade em que há uma grande e crescente dependência de informações e de comunicação por parte dos indivíduos e das instituições para que possam funcionar eficientemente em quase todas as esferas de atividade.

Então, por meio da tecnologia as pessoas recebem diariamente uma grande quantidade de informação, essa que irá impactar nos contextos econômicos, políticos e sociais, criando assim uma nova comunidade global, que seria a sociedade de informação.

Sem dúvidas de que atualmente, diante dos avanços tecnológicos dos meios de comunicação, estamos vivendo dentro de uma sociedade da informação, em que o modo como o ser humano age, se relaciona, toma decisões tem como fundamento principal a tecnologia de informação.

Porém o que é informação? Informação é todo fato, ideia ou acontecimento transmitido através dos meios de comunicação de massa para a população, ou seja, informação é o conjunto de dados que se torna público, sendo que a sua publicidade acontece por meio de jornal, rádio, televisão, internet, etc.

A informação ao ser processada, compreendida pelos seres humanos se transforma em conhecimento, sendo que esse influencia nas decisões, nos comportamentos, nas opiniões e nas relações de cada indivíduo.

Posto isso, a mídia, dado a sua facilidade tecnológica de transmitir notícias para qualquer lugar do mundo, até mesmo para os lugares mais remotos, tem como sua principal função na sociedade a propagação de informação, essa que irá construir o conhecimento de cada indivíduo, que ao se juntar com aquilo que ele já tem armazenado irá interferir diretamente nas suas decisões, comportamentos e relações.

4 SENSACIONALISMO MÍDIÁTICO: FORMENTADOR DA CULTURA DO MEDO

A informação distribuída pela mídia interfere diretamente no subjetivo do indivíduo, contudo não é somente o seu conteúdo que afeta o ser humano, a maneira como a notícia é transmitida também exerce certa influência na construção do conhecimento humano.

Caso os meios de comunicação de massa se utilizam de meios exagerados, apelando, de certo modo, ao sentimento da população para transmitir as informações com a finalidade de gerar interesse público se terá o chamado sensacionalismo midiático.

De acordo com o Dicionário Michaelis, uma das definições da palavra sensacionalismo é: “uso, efeito e divulgação de notícias exageradas ou que causem sensação, que choquem o público, sem nenhuma preocupação com a verdade” (SENSACIONALISMO, 2021).

Desse modo o sensacionalismo é a conduta utilizada pelos meios de comunicação de massa que buscam, por meio de matérias tendenciosas, chamar a atenção da população para aquele assunto. Nesse sentido Rafael Sbeghen Hoff (2020, p. 232) alude que:

“... o sensacionalismo não tem um compromisso com a representação da realidade, mas sim com a reconciliação do espectador com seus instintos e desejos, medos e sensações diversas, apelando para a curiosidade sobre os fatos diversos e assuntos delicados, como mortes e paixões.”

Inserido nesse contexto, a imprensa vem empregando várias estratégias sensacionalistas ao divulgar notícias de crimes, como a utilização de vídeos e fotos que provocam choque na sociedade, ou seja, a mídia não está mais apenas cumprindo o seu papel social de propagar informações sobre determinado fato criminoso, e sim provocando curiosidade e o medo no seu público-alvo.

Sendo assim a mídia cada vez mais vem divulgando as notícias sobre crimes de maneira imprudente, fazendo com que os receptores dessas notícias acabam nem se atentando ao que realmente aconteceu, e sim naquilo o que a imprensa quer que elas prestem atenção, causando, assim, ao mesmo tempo curiosidade e pânico nas pessoas.

Há atualmente muitos programas, jornais e sites sensacionalistas no Brasil que transmitem as notícias de forma exagerada com a finalidade de envolver as pessoas com aquele acontecimento, fazendo-as sentir como se fossem vítimas daquela determinada conduta delituosa, valorizando, portanto, a emoção em detrimento da informação.

Um dos principais programas no país que se utiliza dos métodos sensacionalistas de divulgação de informações é o Brasil Urgente apresentado pelo jornalista José Datena. Ao assistir a atração se observa que o apresentador ao

mesmo tempo que noticia o fato dá a sua opinião, recheada de gritos e palavrões, mostrando fortes imagens e se utilizando de discursos apelativos para manter a atenção do público.

Ademais, graças a velocidade com que se propaga as informações através da internet, principalmente, por meio das redes sociais, há a divulgação de crimes que acabaram de ocorrer ou que ainda estão acontecendo, cujo conteúdo da notícia é incompleto e totalmente distorcido da realidade, servindo somente como uma mercadoria para atrair as pessoas. Nesse sentido Alva Zaluar (2000, p.247, apud PASTANA, 2003, p. 76) aponta que:

“Se a divulgação rápida tem permitido informar o público e capacitá-lo para pensar a respeito do que acontece, muitas vezes tem se chegado perto da vulgarização, que distorce a informação e confunde mais do que esclarece. As notícias de violência tornam-se mercadorias. Elas vedem bem o veículo, quanto mais sensacionalistas e impactantes forem. Em veículos que passam um discurso de seriedade, o próprio conceito de violência tem sido usado de maneira abusiva para encobrir qualquer acontecimento ou problema visto como socialmente ruim ou ideologicamente condenável, resultando disso a confusão entre violência, desigualdade social, miséria e outros fenômenos.”

Cada vez mais os meios de comunicação em massa vêm demonstrando a sua importância na sociedade, principalmente, como um instrumento de socialização em que ocorre a divulgação, não só de notícias, mas de ideologias que vão interferindo na sociedade. Segundo Débora Regina Pastana (2003, p. 79):

Desse modo, as imprensas escrita e falada são dispositivos culturais e sociais. Todavia, quando nesses meios circulam informações sobre o tema violência, é de forma banalizada, gerando muitas vezes um clima de pânico e medo na sociedade. Assim socializa-se um modo de ver e interpretar o fenômeno que distorce a realidade, hipertrofia os fatos através da espetacularização da notícia e da estética de imagens, desvia o foco da atenção para o perigo imaginário que se restringe e localiza em certos tipos de sujeitos e nas camadas e espaços sociais a eles relacionados.

A imprensa, portanto, tem como sua principal função a propagação de informações, sendo que ao fazer isso mantém as pessoas atualizadas das coisas que acontecem no mundo e ajuda na construção do conhecimento humano. Contudo ao se valer de notícias sensacionalistas a mídia acaba utilizando desse poder conferido a ela para instaurar pânico e medo na sociedade, incitando, assim a cultura do medo.

Medo, segundo o Dicionário Michaelis, é o estado psíquico provocado pela consciência do perigo, real ou apenas imaginário, ou por ameaça (MEDO, 2021),

sendo que quando exteriorizado, como bem aponta Débora Regina Pastana (2003, p.15-16), muda os valores de um grupo, diminuindo ou extinguindo o senso crítico daqueles que compartilham, tornando favorável uma dominação baseada na manipulação dessa emoção.

Por sua vez Miguel Reale (2005, p.2) estabelece que cultura é o “acervo de conhecimentos e de convicções que consubstanciam as suas experiências e condicionam as suas atitudes, ou, mais amplamente, o seu comportamento como ser situado na sociedade e no mundo”. Sendo assim ao se dizer que medo é uma forma de exteriorização cultural, significa dizer que este ocasiona transformações no modo como as pessoas agem e pensam.

Esse medo propagado pelos meios de comunicação de massa causa um sentimento de insegurança na população, que por sua vez é utilizado como fundamento para aqueles que detém o poder praticar condutas abusivas, sem que haja qualquer resistência, visto que esses atos são praticados, segundo eles, para o bem de toda a sociedade.

Desse modo, a cultura do medo, consolidada pela mídia sensacionalista, culmina na legitimação de atitudes autoritárias, que, de acordo com o grupo dominante, visam solucionar o problema da insegurança pública no Brasil. Neste sentido, Débora Regina Pastana (2003, p. 95-96) alude que:

..., esta cultura do medo que observamos é a somatória dos valores, comportamentos e do senso comum associada à questão da violência criminal que reproduzem a ideia hegemônica de insegurança e, com isso, perpetuam uma forma de dominação autoritária que só subsiste com degradação da sociedade e o enfraquecimento da cidadania.

Portanto, a imprensa sensacionalista ao propagar notícias que versam sobre condutas criminosas acaba por promover e se aproveitar do medo e da insegurança das pessoas, sendo que esses sentimentos, por sua vez, serão utilizados pelos grupos dominantes como justificativa para posturas autoritárias, condutas quais nem sempre visam o bem-estar social.

5 CONCLUSÃO

Comece a escrever aqui. A formatação já está pronta. É só ir substituindo o texto e ler as informações a seguir.

Pelo que foi exposto no presente artigo, conclui-se que a mídia nada mais é do que o conjunto dos meios de comunicação de massa, e que a evolução desses meios ocasionou várias transformações na sociedade, visto que mudou totalmente a forma como as pessoas recebem informações e comunicam-se entre si.

Como vimos, a mídia acaba por exercer um papel fundamental na sociedade, que é de transmitir informações para várias pessoas simultaneamente e para todos os cantos do mundo. Contudo os meios de comunicação acabam por abusar dessa função social, dado que ao propagar notícias afetas a crimes se utilizam de meios sensacionalistas, que tem somente como objetivo atrair o público.

Logo, é imprescindível que todos analisem de forma racional e objetiva as informações emitidas pelos meios de comunicação de massa, visto que nem sempre retratam a veracidade do que realmente aconteceu, e por muitas vezes só tem a finalidade de causar medo e insegurança nas pessoas.

Ademais o sentimento de medo e pânico instaurado na sociedade pela mídia acabam culminando na cultura do medo, que nada mais é do que o conjunto de valores associados à violência criminal, que por sua vez, são manipulados e utilizados como legitimação de práticas abusivas pela classe dominante.

Conclui-se que, apesar de a evolução dos meios de comunicação terem trazidos várias vantagens para sociedade, acabou trazendo também alguns problemas, visto que a mídia, em sua maioria, está centralizada nas mãos da classe dominante, que por sua vez, se utilizam desse poder para disseminar o medo nas pessoas, instaurando assim uma cultura do medo, que servirá como legitimação para condutas autoritárias, que visam somente o benefício próprio e não o da comunidade.

REFERÊNCIAS

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet**. Tradução Maria Carmelita Pádua Dias; revisão técnica Paulo Vaz. 2.ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.

BARBOSA, Marialva. **História da comunicação no Brasil**. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 2013.

CORDEIRO, Rafaela Queiroz Ferreira (org.). **Teorias da comunicação**. Porto Alegre: SAGAH, 2017. p.36.

COSTA, Maria. Primeiros conceitos e definições de comunicação. *In*: CORDEIRO, Rafaela Queiroz Ferreira (Org.). **Teorias da comunicação**. Porto Alegre: SAGAH, 2017. p. 13-29.

DEMENTSHUK, Márcia; HENRIQUES, Percival. **Pássaros voam em bando: A história da Internet do século XVIII ao século XXI**. João Pessoa: Ed. ANID. 2019

DUARTE, Rosália. **Cinema & Educação**. 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.

FERREIRA, Armindo Ribeiro. **Comunicação e aprendizagem: mecanismos, ferramentas e comunidades digitais**. 1. ed. Saco Paulo: Érica, 2014.

FERREIRA, Rodrigo de Almeida. **Luz, câmera e história! Práticas de ensino com o cinema**. 1. ed. --Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2018.

GUERREIRO. Augusto Deodato. **História breve dos meios de comunicação: Da Imanência Pensante à Sociedade em Rede**. 2ª ed. Espanha: EDLARS, 2018.

HOFF, Rafael Sbeghen. As influências no texto jornalístico *In*: TABAJARA. Maria Eduarda Fett (Org.). **Princípios e técnicas para a prática da redação jornalística**. Porto Alegre: SAGAH, 2020. p.225-242.

MCQUAIL, Denis. **Atuação da mídia: comunicação de massa e interesse público**. Tradução: Karla Reis; revisão técnica: Márcia Benetti. Porto Alegre: Penso, 2012.

MEDO. *In*: **MICHAELIS moderno dicionário da língua portuguesa**. São Paulo: Melhoramentos. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/palavra/MdKaa/medo/#:~:text=1%20Psicol%20Estado%20ps%C3%ADquico%20provocao,Receio%20de%20ofensividade%20irracional%3B%20temor.>> Acesso em 16 mai. 2021.

MÍDIA. *In*: **MICHAELIS moderno dicionário da língua portuguesa**. São Paulo: Melhoramentos. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/busca?id=okDkn>>. Acesso em 4 abr. 2021.

MUNIZ, Magda Lúcia Valente. **Mídia: Conceitos e Prática**. Rio de Janeiro: Ed. Rio, 2004.

PASTANA, Débora Regina. **Cultura do medo: Reflexões sobre violência criminal, controle social e cidadania no Brasil**. São Paulo: Editora Método, 2003.

REALE, Miguel. **Paradigmas da cultura contemporânea**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

SENSACIONALISMO. *In*: **MICHAELIS moderno dicionário da língua portuguesa**. São Paulo: Melhoramentos. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/palavra/Mdk3a/sensacionalismo/>> Acesso em 15 mai. 2021