

Mariana Júdice (2ªA)

Pão e informação

No mundo globalizado, o transbordamento de informação é inevitável. Tudo chega muito rápido. Em qualquer lugar do mundo podemos ver a mídia atuando como instrumento de persuasão poderoso em torno do povo, mas, no Brasil, onde a população carrega uma bagagem de conformismo secular como herança, a situação parece assumir um contorno mais intenso.

Uma vez que os brasileiros não estão acostumados com o confronto de ideias e, sem questionar, acabam acreditando em tudo aquilo que lhes é exposto, a mídia se aproveita da situação para criar a imagem de algo do viés que ela quer em prol dos interesses que defende, muitas vezes se tornando tendenciosa. As pesquisas apontam que 70% dos brasileiros acreditam na televisão e no jornal e 76% na rádio. Além disso, no cenário da atualidade, a mídia vai além de um simples mecanismo informativo, ditando até o ideal de felicidade. A imprensa, de fato, manipula a opinião popular. Apesar disso, e da superficialidade das informações, as explicações e os esclarecimentos são divulgados com mais intensidade e didatismo do que se faziam antes.

Contudo, é necessário que as pessoas adquiram uma consciência crítica, para que sejam capazes de filtrar o conhecimento adquirido, formando suas opiniões pessoais e questionando o comportamento midiático. Para tanto, é importante que se tenha educação de qualidade voltada ao desenvolvimento da consciência da cidadania plena, fundamental para a convivência em sociedade.

É bem verdade que as próprias vias informativas devem saber seus limites, mas somente com essa mudança do comportamento popular e a atuação de um órgão norteador, é que haverá mudança no cenário atual. Afinal, a atuação da mídia enquanto processo de comunicação, ainda que por meio de empresa particular, deve pressupor contrapartida em deveres e responsabilidade social, tal qual o produto jornalístico.