



Saturação denunciata fomenta o terror, diz professor.

Mais informações têm sido produzidas nos últimos 30 anos do que nos 5.000 anos anteriores. Uma edição de dia de semana do New York Times contém mais informações do que tudo aquilo que um homem médio do século 15 ficou sabendo em toda a sua vida.

O New York Times traz aos domingos cerca de 2 milhões de linhas tipográficas, mais de 12 milhões de palavras com 5,5 quilos de papel. Em um ano, o americano médio terá lido ou preenchido 3 mil avisos e formulários, lido 100 jornais e 36 revistas, assistido a 2.463 horas de televisão, ouvido 730 horas de rádio, comprado 20 discos, falado ao telefone por quase 61 horas, lido 3 livros e gasto incontáveis horas trocando informações em conversas.

Os dados estão no livro do jornalista Leão Serva, *Jornalismo e Desinformação* (Editora Senac, São Paulo, pág. 76), lançado no ano passado [veja remissão abaixo].

Em outra obra recente, *Showrnlismo*, a notícia como espetáculo, do professor José Arbex Jr. (Editora Casa Amarela, pp. 99-100) [remissão abaixo], vemos os seguintes números: entre 1984 e 1998, o volume de filmes, programas televisivos e videoteipes exportados dos Estados Unidos para a Europa cresceu 22%, com receita média anual de 561 milhões de dólares. Das 130 mil horas de programas veiculados na Europa, somente 25 mil eram de produções européias. Mais da metade da programação provinha dos EUA, assim como 60% dos filmes exibidos.

De 1987 a 1991, dobrou as vendas de filmes e seriados americanos de TV para o exterior, evoluindo o faturamento de 1,1 bilhão de dólares para 2,2 bilhões de dólares. No mesmo período, as gravadoras americanas duplicaram as suas exportações, num total de 419 milhões de dólares, em 1991.

Na virada para a década de 1990, CNN Internacional, MTV e ESPN já eram distribuídos em vários continentes. A CNN – que ao entrar no ar em 1º de junho de 1980 alcançava 1,7 bilhão de lares americanos conectados por cabo – chegou a 70 milhões de casas nos EUA e a 91 países, em 1991, na seqüência do êxito de sua cobertura ao vivo, via satélite, da Guerra do Golfo. Em 1991, os EUA respondiam por 77% da programação das TVs latino-americanas, exportando 150 mil horas de filmes, seriados, desenhos animados, esportes e variedades.

A outra mensagem

Busquemos explicações sobre o que pode gerar tal saturação não nos repassados críticos estruturalistas, mas no velho Oscar Wilde. Em 1901, ele referia: “Aristóteles estava errado quando disse que a arte imita a vida. É a vida que imita a arte”. Para Wilde, os ingleses só passaram a ver o seu *smog* ou *fog* depois que o pintor Turner pintou as névoas londrinas em seus quadros. Ou seja: a imagem pictórica teve de mostrar aos incautos londrinos, emparedados em suas rotinas, aquilo que eles viam todos os dias, mas não notavam.

O problema da saturação midiática, mostrada nos números dos livros de Serva e Arbex, é que o consumidor de informações entesoura da realidade somente o evidenciado na mídia. E nada de novo vai



nisso. O grande arcano dessa questão, a das vastas operações da linguagem e das leituras, é bem outro: o da ambivalência do signo.

Quem viu, por exemplo, as denúncias e imagens de policiais matando e extorquindo na Favela Naval, em São Paulo, há três anos – ou as imagens da dinheirama apreendida na empresa Lunus, do casal Roseana Sarney-Jorge Murad -, teve outra leitura.

No lado consciente, o que quer a mídia denunciata: aconteceu, estávamos lá para você ver e trouxemos com exclusividade aos seus olhos. Mas o que fica flutuando, na cabeça de todos, é a outra mensagem: policiais militares são capazes de tais atrocidades e delegados da Polícia Federal podem estar metidos no mundo dos grampos ilegais. A mídia pegou um dos milhares de casos. “Eles acontecem às centenas. Pegamos um. Abra o olho. Vai acontecer com você, pode acontecer com você – e certamente não vamos estar aí para documentar...”

A saturação denunciata e sua decorrente ambivalência fomentam, antes de tudo, o terror.

*artigo publicado no site Observatório da Imprensa

Revista **Consultor Jurídico**, 27 de março de 2002.

Date Created

27/03/2002