

# JUSTIÇA & CIDADANIA

CONSTITUIÇÃO  
REPÚBLICA FEDERAL DO BRASIL

ISSN 1807-792X  
#728807792000  
00003>  
Edição 101 - Dezembro de 2008  
R\$ 16,90

**ROBERTO VALLIM BELLOCCHI**  
**PRESIDENTE DO TJ/SP**

## A GESTÃO DO MAIOR TRIBUNAL DO MUNDO

**Editorial: EQUILÍBRIO, PRUDÊNCIA E UNIÃO**

# O IMPLACÁVEL E ENVOLVENTE PODER MUDIÁTICO

Edvaldo Pereira de Moura

Desembargador do TJ/PI

O professor Celso Lafer, catedrático de Direito Internacional Público e de Filosofia do Direito da Universidade de São Paulo, em judicioso estudo sobre a mentira, com a clareza de sempre, mostra que a vida moral e a vida do poder dão a impressão de correr paralelas, com raras convergências; e que o desencontro entre ética e política incomoda e revolta a todos os que querem ver e sentir a presença de virtudes na condução dos negócios públicos.

A escritora sueca Sissela Bok também escreveu sobre a mentira, após ter verificado que desde o século XVII, excetuando-se alguns momentos da literatura, do teatro e do cinema, reina profundo silêncio quanto ao dilema do dizer a verdade, na vida pública e na vida privada.

Acodem-nos, aqui, ainda, as sábias palavras proferidas pelo Padre Antônio Vieira, no Sermão da Quinta Dominga da Quaresma, em 1654, na Igreja Maior da cidade de São Luís do Maranhão.

A verdade é filha legítima da justiça, porque a justiça dá a cada um o que é seu. E isto é o que faz e o que diz a verdade, ao contrário da mentira. A mentira ou vos tira o que tendes, ou vos dá o que não tendes; ou vos rouba, ou vos condena.

Estará neste enunciado sumulada a solução satisfatória para o contencioso social no âmbito político-administrativo? É que resolvidos os efeitos causais das virtudes que as tradições consideram relevantes para a ação política, poder-se-ia alcançar o simulacro pernicioso do grande arsenal de desagregação de valores morais contíguos ao *Bonum Honestum*, que é famigerada indústria da mídia.

No limiar do século XX, precisamente a partir de sua segunda década, iniciou-se um movimento novo, no tocante às idéias políticas, com o advento do chamado Estado-Cientista, póstero da Nação-Estado. Esse Estado passou a ser o entrelaçamento da ciência e da técnica em função de um novo eldorado capitalista. Nele, as universidades perdem o estatuto de simples formadoras

da elite do ter e do fazer, para associarem-se aos laboratórios de investigação, aos centros tecnológicos, à prática manufatureira terceirizada. Visa-se, definitivamente, à produção em série de tudo, e à infinita diversidade de produtos para atender a uma famélica geração de consumidores daquilo que a técnica e a ciência geram em proveito dos interesses pessoais, sociais, políticos e econômicos do Homem.

Paralelo à expansão dos interesses dos fabricantes de produtos para consumo de todos, desenvolve-se o aparelhamento da massificação informativa. Os aparelhos, os órgãos e os meios de comunicação tomam lugar privilegiado na atenção dos capitalistas, por serem meios de anunciar seus produtos aos consumidores. As técnicas e os meios de comunicação, associados à publicidade e à mercadologia, vão formar o complexo daquilo que se chama indústria da mídia.

Mas a indústria da mídia não é somente mercadológica. Ela é, também, ideológica. Vende de tudo, desde o sabão em pó, que lava mais e mais branco do que o concorrente, até a imagem de um candidato à Presidência da República. Nada escapa aos artifícios da boa mídia – boa porque ontologicamente ela o é. Há mídia para vender frutas na banca da esquina e mídia para vender navios e aviões. A diferença entre uma e outra técnica está na qualidade intelectual e instrumental do anunciante usada para transmitir a mensagem, e no valor do produto anunciado.

A mídia atingiu tal poder de fogo, que uma empresa do porte da Rede Globo, se o quiser, poderá conduzir da maneira que bem lhe aprouver o comportamento do comprador, do eleitor, do político, dos padrões éticos da sociedade, das decisões do governo, do estado de espírito dos habitantes de todo o País, e tudo mais que lhe traga o retorno ideológico e o lucro financeiro pretendidos. O poder interveniente da mídia, como é de sabença geral, elegeu Collor. Esse mesmo poder o aniquilou. Se Collor tiver o mesmo empenho e o mesmo dinheiro, poderá ressurgir das cinzas da humilhação e do ostracismo a qualquer hora.

A indústria da mídia é moralmente neutra. Faz o bem e faz o mal com a mesma competência. Em doses mitridáticas ou em dimensões astronômicas. Ela é um poder formidável do progresso, cuja capacidade de fazer ou desfazer o que quiser está cada vez mais ganhando força e sofisticação. A força da mídia é, na sua essência, a força dos interesses econômicos de qualquer sociedade moderna. O apelo dos meios de comunicação é de um poder quase mágico, praticamente anestesiante.

A Bíblia, no seu Antigo Testamento, nos dá a figura maliciosa e embusteira da serpente no Éden, chamando a atenção de Adão e Eva para as delícias do fruto proibido. Hoje e sempre nada nos desce pela garganta sem primeiro edulcorar nosso paladar, agradar o nosso olfato e pulular de cores admiráveis os nossos olhos. A propaganda do cigarro e da bebida alcoólica vem sempre com um desafio, quase infalível, de nos obrigar a fazer hodiernamente aquilo que os atores estão fazendo nos aprazíveis ambientes bem escolhidos e nas invejáveis circunstâncias em que eles virtualmente se encontram. Outro apelo menos material e mais devastador é aquele a que hoje assistimos na televisão: a eliminação sumária dos mecanismos da consciência que nos impelem ao remorso diante de qualquer atropelo das boas normas morais e da conduta saudável.

As crianças e os adolescentes pautam naturalmente as suas condutas pelo que sai dos seus ídolos estilizados pela televisão e pelas revistas. Assim sendo, a própria televisão se vê na obrigação de produzir o que agrada a essa multidão, pois é para ela que se voltam avidamente os interesses dos fabricantes e, concomitantemente, dos comerciantes de qualquer produto.

A televisão sabe que está multiplicando uma geração de clones, deformados pela imoralidade civil e religiosa. A sedução, o adultério, a prostituição, o incesto, o homossexualismo, o suicídio, o furto e o roubo inteligentes, a irresponsabilidade civil, tudo faz parte de um elenco que os filmes da televisão e as revistas licenciosas lançam cabeça adentro.

A guerra contra os valores mais conservadores da decência na sociedade mantém ataques sem trégua. Nada se faz mais por negociação e consenso. Nas novelas da Globo, mal a mocinha se faz mulher engravida de um pai da mesma idade. O homossexualismo é coisa natural, o aborto, a prostituição por prazer, a droga, o divórcio irresponsável por omissão ou comodismo, são atos banais, cada vez mais sem a menor ascendência lógica diante da mais corriqueira falácia libertária. O resultado desastroso fica por conta de qualquer pessoa despreparada, que se deixar levar por essas propagandas enganosas.


Em suma, a mídia tem uma força incrível para nos impor o que ela pretende, seja um produto qualquer, seja um comportamento inadequado. Isso, porém, não impede que se faça justiça a essa maravilha do presente e do futuro: a tecnologia da informática e da telemática, da imagem e do som. Ela já fez a sua parte; a sociedade é que precisa de soluções éticas para ver triunfar os valores morais. Mais uma vez é necessário que nos conscientizemos do fato de que as virtudes inspiradas na força e na astúcia devem ser substituídas pelo primado da verdade, filha da justiça, porque só a justiça dá a cada um o que é seu. 



Foto: Dinovan Fernandes de Araújo/TJPI

“EM SUMA, A MÍDIA TEM  
UMA FORÇA INCRÍVEL  
PARA NOS IMPOR O QUE  
ELA PRETENDE, SEJA UM  
PRODUTO QUALQUER, SEJA  
UM COMPORTAMENTO  
INADEQUADO.”