

Instituto Politécnico de Tomar
Escola Superior de Tecnologia de Tomar
Departamento de Engenharia Electrotécnica e de Computadores



Ética, Comunicação e Sociedade

Influência da comunicação social na opinião pública

Trabalho realizado por:
Gonçalo Martins nº7426

Ano lectivo 2006/2007

Índice

| | |
|--|----|
| Introdução..... | 2 |
| Percepção dos meios de comunicação social como “não-problema”..... | 3 |
| Influência da comunicação social..... | 3 |
| Opinião Pública..... | 4 |
| Manipulação da Opinião Pública..... | 5 |
| Imprensa..... | 9 |
| Censura..... | 10 |
| A informação esconde informação..... | 10 |
| Desinformação..... | 11 |
| Conclusão..... | 12 |
| Bibliografia..... | 13 |

Introdução

A ideia de que a imprensa, a rádio e o cinema podem influenciar e manipular os indivíduos, vem desde o final dos anos 30, princípios dos anos 40. Podemos observar o caso do regime nazi que recorreu frequentemente a técnicas de propaganda para manipular multidões.

O Poder político tenta usar os *media* em proveito próprio, principalmente a imagem: ela vale mil palavras. Mas em assuntos delicados e comprometedores ele zela cuidadosamente para que não circule nenhuma imagem. Neste caso trata-se de uma forma de censura, nem mais nem menos. Os relatos escritos, os testemunhos orais podem ser apresentados dado que nunca irão provocar o mesmo efeito. O peso das palavras não se compara ao choque das imagens. *A imagem, quando é forte, apaga o som e o olhar transporta-a até ao ouvido.* Deste modo hoje existem por aí imagens sob forte vigilância, ou até mesmo, proibidas, que é a maneira mais precisa de segurá-las.

À medida em que a nossa civilização se desenvolve, parece haver uma indiferença cada vez maior das pessoas perante a vida humana. Ninguém se espanta quando o noticiário da televisão exhibe assassinatos ou acidentes horríveis. Este comportamento de indiferença pode ser explicado, em parte, pelo facto de os programas de televisão se caracterizarem, na sua grande maioria, pela indeterminação do tempo e do espaço. Num determinado momento, pode-se estar a falar sobre a vida dos indígenas na Europa do século XV e alguns segundos mais tarde na explosão de um vulcão no Japão e, mais alguns segundos depois, aborda-se um acidente de avião ocorrido noutra cidade. Esta variação rápida de tempo e espaço não permite que o nosso cérebro faça um julgamento adequado dos acontecimentos, acabando por esquecer alguns dos detalhes.

No presente trabalho irei falar de como a comunicação social pode ser um “não-problema” (a comunicação social não influencia directamente a opinião pública) na influência da opinião pública e de alguns efeitos que os programas de televisão têm na educação das crianças; irei falar também do que é a opinião pública e como esta pode ser manipulada para obter determinados efeitos, apresentando alguns casos de censura com uma forte influência no público e de como podem ser usadas estas técnicas. A desinformação também será abordada como um dos casos em que se pode manipular a opinião pública.

Percepção dos meios de comunicação social como “não-problema”

O indivíduo tem tendência a não associar mensagens que entrem em contradição com a sua forma de pensamento. Tem tendência a ouvir apenas o que vai ao encontro das suas opiniões. O receptor procede a uma percepção selectiva ligada à sua interpretação, filtrando a mensagem em função do seu pensamento. Esta filtragem pode levar à alteração da mensagem inicial, ou seja, as pessoas que consomem as visões do mundo produzidas pelos *media* também as reinterpretem de maneira diferente de acordo com as suas tradições, religiões e, de uma forma geral, de acordo com a sua ética.

A comunicação social tem um papel fundamental na opinião, pois sem a presença de uma informação vinda de fora a opinião não era formulada. Mas a única opinião formulada é aquela para a qual o indivíduo já está predisposto. Conteúdos que eventualmente contrariem a sua crença são geralmente descartados.

De acordo com esta perspectiva, os meios de comunicação são um não-problema, já que a base da opinião se encontra basicamente dentro de cada cidadão, nas suas limitações éticas, nas suas preocupações e não na informação despejada pelos *media*.

Influência da comunicação social

Vivemos numa actualidade em que a televisão aposta muito em novelas e desenhos animados violentos. Será isto uma boa influência? Vejamos: as novelas retratam a vida do público ou tentam criar uma imagem do dia a dia de cada indivíduo, mas se analisarmos bem, quantos divórcios ocorrem em cada novela? Quantas crianças faltam às aulas? Quantas desobedecem aos pais? Quantas fazem asneiras? No meu ponto de vista as pessoas por vezes esquecem-se que aquilo é ficção e que a vida é a realidade. Algumas ficam preocupadas com o que aconteceu na novela e esquecem-se dos problemas do dia-a-dia. Outras seguem a novela como exemplo e não se preocupam se desrespeitam os pais, os educadores e outros indivíduos. Isto é considerado normal, pelo menos na novela. A título de exemplo, saiu um artigo no Correio da Manhã que abordava esta questão da falta de civismo, visível desde os mais novos. Podia ler-se no artigo que uma criança por volta dos 13 anos colocou uma câmara de filmar nos balneários femininos, tendo essa ideia sido retirada de uma novela que é transmitida no horário nobre da televisão.

Por outro lado, a televisão tem um efeito preponderante na educação, como é o caso dos documentários, debates, etc, que desenvolvem uma cultura melhor, uma melhor argumentação,

um aprofundamento de novas linguagens e uma visão do mundo que não está ao alcance de todos os indivíduos, podendo contribuir para mudanças de atitude e de respeito pela diversidade.

A publicidade em ajudas humanitárias também tem uma grande importância, porque mostra às pessoas os problemas a que a humanidade está sujeita, como é o caso de doenças incuráveis como a SIDA ou o cancro, ou também problemas derivados à escassez de rendimentos por parte de algumas famílias, o que leva à fome ou a algumas limitações.

A televisão é muito utilizada para efeitos de marketing, influenciando o público a comprar determinados produtos. Na altura do Natal são imensas as publicidades feitas a todo o tipo de brinquedos, para que as crianças peçam aos seus pais aquela boneca que viram na televisão ou aquele carro e para não falar na quantidade de propaganda feita aos telemóveis. É um absurdo, leva a que as pessoas queiram comprar um outro topo de gama porque tem mais funcionalidades, ou porque é mais bonito, ou porque cabe no bolso ou até porque dá para vestir com umas calças mais apertadas. De facto é impressionante como a televisão influencia o consumismo da população.

Opinião Pública

A opinião pública como o próprio nome indica é a opinião que o público tem, no entanto, cria alguma controvérsia porque a opinião sobre um tema não é a mesma para todos os indivíduos. Essa opinião varia consoante a sua educação ou a sua ética. A opinião é o consenso entre a observação do meio comparada com a ética individual. Jamais existirão dois indivíduos com a mesma ética.

Acontece que uma manifestação de um grupo, quando analisada pelo governo, não englobará o todo (a população em geral). A única forma de tornar esta manifestação numa dita opinião pública é recorrer aos *medi*, que é quem verdadeiramente exerce pressão e influência no governo e na opinião pública. No entanto, alguns *media* atendem a interesses dos grupos que as comandam, fazendo prevalecer a opinião do grupo económico-político que controla a comunicação e passando ao povo a versão que bem quer da opinião pública.

Manipulação da opinião pública

A televisão influencia, e muito, o consumismo da população. Em muitos dos casos só se compra um produto porque apareceu na televisão. Por exemplo imaginemos que estamos a comprar um perfume e hesitamos em qual das marcas escolher; muito provavelmente vamos comprar a marca de que mais nos falaram. Ora o mesmo acontece no caso de estarmos numa cabina de eleições. Se estivermos indecisos em qual dos políticos votar, votamos no que mais ouvimos falar.

O público em geral apenas analisa os políticos pela imagem que eles nos dão, pelo que assistimos na TV. O que o público quer é vê-los no seu comportamento quotidiano, no universo da sua vida privada. Os políticos pouco poder têm sobre os problemas da vida: o desemprego, a pobreza... O que conta é a generosidade, a qualidade de relacionamento para com os cidadãos, e é por meio da televisão que se pode fazer uma ideia da simpatia de um homem público. Mas o que nos garante que essa informação que a TV transmite é a realidade? O político pode muito bem ir a uma festa do povo, uma feira por exemplo, e chamar os *media* para assim influenciar a opinião pública. É o que se vê hoje, em dia de campanha. É difícil dizer qual o político mais “bondoso”; eles visitam lares, escolas, etc. De certo modo é isto que o público quer, mas também é pedida a maior das sinceridades, que por vezes não é cumprida. Apenas como exemplo e não querendo dizer nada em concreto: “o presidente dos EUA, no dia do atentado de 11 de Setembro de 2001, encontrava-se no meio de uma sala de aula com crianças quando o informaram que as torres gémeas tinham sido atacadas”. Pode ter sido apenas uma coincidência mas... e se não foi?

O caso Bill Clinton com Mónica Lewinsky foi um exemplo de que o que conta para o público é a generosidade e a educação de um político. Pouco importa se o presidente Bill Clinton foi um grande político quando o seu caso com Mónica Lewinsky se transformou subitamente num assunto mediático à escala planetária, desencadeando uma crise de loucura incontrolável na comunicação. Não interessa se ele foi bom político: aquele caso com outra pessoa levou o público a pensar na falta de educação que ele demonstrou ao ter esta atitude, deitando abaixo toda a sua carreira. Na minha opinião acho que o presidente não devia ter sido julgado apenas por isso; o público deve ter em conta se ele cumpre bem a sua função ou não. Por exemplo, se fosse outra pessoa com outro cargo profissional decerto não lhe aconteceria o mesmo. Um operário não seria despedido por trair a mulher, a não ser que os *media* fizessem pressão na opinião pública: aí o caso seria bem diferente. É este o poder dos *media*.

O jornalismo pode ser também usado como forma de manipulação da opinião pública. O trabalho jornalístico consiste em recolher várias informações dispersas e distribuí-las pelos

meios de comunicação. O consumidor que lê um jornal ou assiste a um noticiário não tem como verificar se essa notícia realmente aconteceu. Ele confia no jornal ou no noticiário. Esta incapacidade de comprovação leva a que possam ocorrer notícias irreais apenas para o aumento das audiências ou para manipulação da opinião pública. A confirmação da confiança que se concede a um determinado noticiário só poderá ser efectuada pelos noticiários concorrentes que apresentam o mesmo conteúdo. Ou seja, se um jornal apresenta uma notícia falsa ou deixa de relatar algo que tenha relevância, os seus concorrentes irão denunciar a fraude ou a omissão, em busca de benefício próprio, mas actuando em proveito do público.

Por vezes os meios de comunicação são alvo de censura por parte do governo, ou por forças maiores, ocultando informações importantes que não convém que venham a público. O caso da guerra do Golfo, em que os jornalistas foram proibidos de mostrar aquilo que queriam, vendo-se obrigados a que todos os despachos fossem visados pela censura militar antes de serem enviados assim como à interdição de fornecer detalhes sobre as perdas e destruições importantes que ocorressem no campo de batalha.

A falsificação de informação é uma realidade bem presente nos *media*, desde falsificação de programas de entretenimento, de notícias, de documentários, etc. Por exemplo, quando o telespectador telefona para um programa de entretenimento com o intuito de, quem sabe, ganhar algo respondendo a uma simples pergunta, quem nos garante a fiabilidade do concurso? Será que os resultados não são manipulados?

Também existem programas em que actores são contratados com a finalidade de se fazerem passar por simples pessoas que foram enganadas ou que perderam algum familiar e que o querem encontrar. Isto tudo para “comprarem” audiências e a atenção do público.

Como curiosidade passo a citar alguns exemplos de falsificações bastante interessantes:

Na Alemanha, por exemplo, um jornalista da televisão, Michael Born, foi considerado culpado de ter falseado, completamente ou em parte, cerca de vinte reportagens... Graças aos seus talentos, em Junho de 1994, a partir do dia seguinte a um atentado em Fethie (um centro turístico da Turquia), uma cadeia alemã pôde apresentar uma reportagem extraordinária. Via-se um combatente curdo mascarado, armado até aos dentes, acompanhado por outros dois guerrilheiros, que fazia sinal á equipa de filmagens para os seguir através de perigosas veredas de montanha, controlados pela guerrilha, até uma gruta onde se descobriam mais quatro militares curdos atarefados a confeccionar a bomba que tinha servido para cometer o atentado de Fethie...

Era tudo falso. Os combatentes curdos eram interpretados por albaneses disfarçados, a longa marcha tinha durado apenas alguns minutos, a gruta encontrava-se na residência de Verão de um amigo suíço e o local de filmagem não fora a Turquia mas a Grécia. [...]

[...]Em 18 de Dezembro de 1998, a comissão independente para a Televisão (ITC) do Reino Unido condenou, por sua vez, a uma multa de 2 milhões de libras, a firma Carlton TV

pelas falsidades contidas no documentário “The Connection”, produzido por Marc de Beaufort e Roger James. No entanto, este falso documentário tinha sido transmitido em catorze países entre os quais os Estados Unidos, onde foi apresentado incluído no prestigiado programa “60 minutes” da CBS; tinha recebido vários prémios, entre os quais o prémio para melhor reportagem feita em situações de risco outorgado pela cadeia espanhola TV3.

O filme conta como o cartel de Cali (Colômbia) abriu uma nova rota de passagem de cocaína para a Europa. A câmara, escondida, segue um passador colombiano desde o momento em que este engole os pequenos pacotes com a droga, que transportará no estômago, até chegar à Europa e entregar a cocaína. Foi o diário the Guardian o primeiro a desconfiar que se tratava de um documento forjado. O inquérito que realizou provou que o “passador” não era senão um actor de ocasião; o “chefe do cartel” de Cali era um empregado bancário reformado; o “esconderijo secreto” onde se encontram os traficantes era um quarto de hotel alugado pelos produtores; finalmente, a “cocaína” era apenas açúcar pilé...

(Ramonet, A TIRANIA DA COMUNICAÇÃO, 4 de Abril 2002: pag 65-67)

Com o avanço tecnológico que estamos a viver é cada vez mais fácil falsificar notícias e imagens. Com a tecnologia digital tudo é possível, fácil e nada caro. Todas as modificações em fotografias existentes, todos os truques, toda a técnica de digitalização estão acessíveis a todos, podem alterar tudo sem que possamos defender-nos disso. Um grande exemplo disso foi a circulação de algumas fotografias da atriz Fernanda Serrano em que ela aparecia nua. Recentemente ficou comprovado por técnicos informáticos que eram imagens montadas. Outra situação respeitante a montagem de fotografias para obter uma bela história foi a seguinte: *em Abril de 1998, a Paris Match pôs na capa uma montagem de uma fotografia de Caroline de Monaco e de Ernest de Hanovre, que apareciam sozinhos e muito perto um do outro, formando um casal íntimo, quase se tocando. Daniel Schneidermann, no seu programa Arrêt sur images, esclareceu a questão: a foto original, da agência Sipa, apresentava um grupo de pessoas e podia ver-se, entre Caroline e Ernest, uma das amigas de ambos (Albina de Boisrouvray) que a Paris Match tinha simplesmente feito desaparecer, apagando igualmente todos os outros convidados que rodeavam o casal... O semanário pediu desculpa por este pecado venial...*

(Ramonet, A TIRANIA DA COMUNICAÇÃO, 4 abril 2002: pag 69-70)

Na sociedade da informação já não é possível manipular claramente os dados sem que disso se seja penalizado. Um exemplo disso foram as eleições espanholas do dia 14 de Março de 2004, em que várias vozes se levantaram afirmando que o resultado das eleições foi uma punição ao Partido Popular, de Aznar, pela manipulação de informação e pelas mentiras divulgadas ao povo espanhol.

No dia 11 de Março de 2004, a Espanha acordou com o terror de um atentado na sua capital, Madrid, a apenas três dias das eleições espanholas que deram a vitória ao PSOE e a José Zapatero. Aznar, chefe do governo espanhol aquando do atentado, foi acusado de manipular informação acerca do autor do acidente, dado que Aznar estabeleceu vários contactos com os directores dos órgãos de comunicação social, dando a sua garantia pessoal em como os atentados tinham sido efectuados pela ETA, ocultando a existência de uma pista islâmica. Acontece que a descoberta de uma carrinha com detonadores e gravações de passagens do Corão (Livro sagrado do Islamismo) obrigava a uma nova frente nas investigações. Esta informação avançada sobre a pista islâmica era já conhecida em alguns sectores políticos e nos órgãos de comunicação social, pelo que se tornava perigoso ocultá-la da opinião pública.

A TVE, televisão pública espanhola, tentou esconder a verdade sobre a autoria dos atentados passando documentários que influenciassem a opinião pública, *ignorou os milhares de manifestantes que espontaneamente se concentraram junto às sedes do Partido Popular (PP) em várias cidades de Espanha e optou por exhibir, sem aviso prévio, um documentário sobre vítimas de ETA* (Crise nos media espanhóis- “TVE tentou esconder a verdade sobre a autoria dos atentados”, Público On-line, Última Hora-Media-Gerais, 16/03/2004), enquanto que os canais privados de televisão espanhóis e estrangeiros faziam directos a partir dos locais das manifestações. Esta situação tornou-se ainda mais grave quando os jornalistas do canal 24 horas ameaçaram entrar em greve por causa da direcção pretender obrigá-los a só emitirem as declarações dos ministros que apontavam a ETA como responsável pelo atentado.

As pessoas muitas vezes precisam de ver para poderem acreditar numa notícia, mas mesmo assim podem ser enganadas. Não podemos pensar que qualquer que seja a informação transmitida no noticiário, esteja errada, assim como também não podemos acreditar em tudo o que vemos. Por exemplo, no dia em que o homem pisou a lua, essa informação se fosse apenas escrita e não existissem provas de como isso aconteceu, seria muito facilmente rejeitada pela população. Mas também não digo que quando aparecer um extraterrestre na televisão eu acreditarei nessa imagem sem me sentir um bocado céptico em relação a essa informação, talvez por estar consciente dos poderes que a televisão tem e da ficção de que ela é capaz de reproduzir para ganhar audiências.

Esta desconfiança em relação aos *media* é relativamente recente. No final dos anos 80 esta desconfiança não existia globalmente. A televisão beneficiava de uma grande credibilidade. Além disso, a imprensa era encarada como tendo uma capacidade fantástica para revelar as disfunções da política. O caso Watergate (do nome do edifício de Washington onde os democratas tinham o seu quartel-general eleitoral e onde foram encontrados microfones escondidos pelos republicanos) foi um dos exemplos dos anos 70, em que dois simples

jornalistas, Bob Woodward e Carl Bernstein, mostraram que podiam derrubar o Presidente dos Estados Unidos, Richard Nixon.

Nesta altura a imprensa não só era capaz de ser radical na sua vontade de denunciar abusos, de dizer a verdade ou de formular críticas aos governantes, mas também de respeito em relação a uma certa ética profissional.

Existe muita diferença entre o caso Clinton-Lewinsky e Watergate: no primeiro houve muitas especulações, análises psicológicas, muito mistério em demonstrar provas, etc. Tudo isto está a uma certa distância do jornalismo responsável, muito por culpa de jornais que não se incomodam com a verdade e com a exactidão, estando muito sujeitos ao sensacionalismo e às ideias preconcebidas. Em Watergate havia um caso de abuso de poder sistemático e que se manifestou por toda a parte. Um Presidente dos Estados Unidos tinha usado as suas funções para distorcer o processo democrático: tinha ordenado escutas telefónicas, assaltos por arrombamento, incêndios; tinha mandado espancar manifestantes. O caso Clinton-Lewinsky está longe de tais abusos. Não estamos perante um caso de abuso de poder, mas sim perante uma informação que cobre de vergonha o presidente e as suas funções.

Um caso bastante controverso foi o livro de Dan Brown intitulado “O código da Vinci”. Todos sabemos a polémica que este gerou ao deitar por terra muitas das idealizações da igreja católica. Mesmo não sabendo se a informação é correcta levou muitas das pessoas a questionarem-se sobre aquilo em que acreditaram durante toda a vida, sobre toda a educação a que foram habituadas.

Imprensa

A comunicação social encontra-se dominada pelo mercado e pelo lucro. A vida íntima das pessoas públicas torna-se notícia para qualquer noticiário ou para qualquer revista. Os *paparazzi* não são mais do que o resultado da situação geral dos meios de comunicação. Estes fotógrafos, cuja profissão consiste em surpreender vedetas e celebridades na sua intimidade e cuja função tem como finalidade tornar pública a vida privada, sobretudo quando é suposto que essa privacidade continue a ser privada, perseguem, “caçam”, vivem em “esconderijos” e preparam “emboscadas” sempre prontos a dispararem *flashes* quando menos se espera. Diana... quem não se lembra da sua morte trágica? Acusou-se os *paparazzi* e numerosos órgãos de comunicação de terem provocado a morte de Diana. Diana tinha-se tornado uma das principais heroínas dos meios de comunicação; ela era a “princesa triste”, melancólica, que tem tudo para ser feliz (beleza, felicidade, sucesso, riqueza), mas que não é estimada pela sogra, a rainha, que é abandonada pelo marido seduzido por uma mulher má e que transfere o excesso de amor para

os filhos e para as desgraças do mundo. Ela era adorada pelo público. Porquê saber da vida íntima dela? Para quê os *paparazzi*? O que isso interessava? Estes seres sem ética são a principal suspeita do trágico acidente que ocorreu, mas também as pessoas que compram revistas para saberem a vida íntima das celebridades e a imprensa que publica tais notícias não devem sair impunes.

Depois deste trágico acidente, a opinião pública sobre a televisão mudou imenso nalgumas pessoas que começaram a ter um certo descontentamento em relação aos *paparazzi*.

Censura

A censura consiste em suprimir, em amputar, em proibir um certo número de aspectos dos factos, ou até a totalidade dos factos, a ocultá-los, a escondê-los. Hoje em dia este tipo de censura já não é totalmente usada; ela existe sob outra forma mais discreta. Ela assenta apenas noutros critérios, mais complexos, económicos, comerciais... Então como se oculta hoje informação? Através de um aumento de informações: a informação é dissimulada ou incompleta porque há demasiada para consumir. Não nos chegamos mesmo a aperceber da que falta.

Analisemos, como exemplo, a guerra do Golfo, onde existiram fantásticas manipulações e incríveis operações de censura. Isto não foi feito com base no princípio de uma censura directa. Os *media* não disseram: “Vai haver uma guerra e não vamos mostrá-la”. Muito antes pelo contrário, disseram: “Vão ver a guerra em directo”. E mostraram tantas imagens que o público acreditou que estava a ver a guerra. Até que descobrimos que nos estavam a enganar, que essas imagens escondiam silêncios, que eram quase sempre falsas, eram montagens, elas ocultavam a guerra.

A informação esconde a informação

Algumas das potências mundiais, quando querem fazer alguma coisa sem que a comunicação social fique de olho, usam outras notícias de grande impacto para ocultar as suas acções.

Por exemplo, os Estados Unidos aproveitaram a emoção planetária desencadeada pela “revolução” romena em Dezembro de 1989 para invadir na mesma altura o Panamá; Moscovo serviu-se da guerra do Golfo para tentar resolver discretamente os seus problemas no Báltico e para expatriar da Alemanha Eric Honecker (antigo ditador da RDA); o governo israelita explorou os ataques criminosos dos Scud iraquianos em 1991 para reprimir de uma forma ainda

mais radical as populações civis palestinianas da Cisjordânia e de Gaza; Clinton procurou desviar a atenção dos media dos seus assuntos pessoais com Monica Lewinsky tornando a alimentar artificialmente as tensões militares na região do Golfo na primavera de 1998, bombardeando depois o Sudão e o Afeganistão em Agosto e reacendendo, em Dezembro de 1998, o conflito contra Bagdad.

Desinformação

A desinformação tem como objectivo influenciar a opinião pública, difundindo mentiras que parecem verdades. Para os agentes da desinformação o ideal consiste em descobrir o jornalista de “boa-fé”, porque, por definição este é ingénuo, facilmente influenciável. Também se pode dar o caso de ser difundida uma “informação tendenciosa”: para tal, infiltra-se um jornal respeitado pelo público e toda a imprensa lhe seguirá as pisadas. Muitas vezes são serviços secretos que colocam a circular estas informações falsas para baralhar o inimigo ou para manipular a opinião pública desse país a seu proveito. Por exemplo: *o Times de Londres a 7 de Março de 1968, publicou uma falsa informação, fabricada pelos serviços checos e soviéticos, segundo a qual os Estados Unidos teriam armazenado na Tailândia armas bacteriológicas;* (Julien, A comunicação social vítima dos negociantes, Fevereiro de 1992, p 46)

Estes documentos falsos postos a circular por parte de grandes potências são por vezes pouco eficazes, pelo menos nos países industrializados. Apenas em países de Terceiro mundo que não têm meios suficientes para verificarem a credibilidade da informação é que estes documentos são publicados.

Conclusão

Estas ocorrências alertam para o facto de, nos dias de hoje a manipulação da informação ser bastante perigosa. Embora seja um dado adquirido que a informação é manipulada pelos poderes instalados, quer sejam económicos ou políticos, torna-se cada vez mais difícil conseguir efectuar essa manipulação sem que, mais cedo ou mais tarde, se seja penalizado por isso.

Com os progressos quase diários a nível tecnológico, é difícil para o poder político controlar os meios de comunicação. Com o aparecimento da Internet a informação rapidamente se transmite e chega aos cidadãos. Nas sociedades democráticas é cada vez mais importante, quer para os *media* quer para os órgãos e instituições políticas, obter o consentimento e o apoio da população.

Os meios de comunicação social são a forma de as pessoas se sentirem em contacto com o mundo desconhecido, estando constantemente informadas quer sobre acontecimentos mediáticos quer sobre catástrofes naturais ou até mesmo doenças mortais. Desta forma tornam-se importantes os meios de comunicação para divulgar e prevenir o alastramento de certos tipos de vírus que possam contagiar um maior número de indivíduos, como foi o caso da gripe das aves, em que rapidamente toda a população dos países envolvidos tomou conhecimento das medidas preventivas que poderia adoptar de forma a não ser contagiada. Esta rápida divulgação apenas foi possível recorrendo aos meios de comunicação social.

Bibliografia

RAMONENT, Ignacio, *A Tirania da Comunicação*, Editora Campo das Letras, Porto, 4ªed. Abril 2002;

CARVALHO, Luis Nandin de, *Manipulação da Opinião Pública*, Hugin Editores, Lisboa, Abril 1999;

JULIEN, Claude, *A Comunicação Social Vítima dos Negociantes*, Editorial Caminho, Lisboa, 1992;

WOODROW, Alain, *Informação Manipulação*, Publicações Dom Quixote, Lisboa, 1991;

TAVARES, Clara Ferrão, *Os Media e a Aprendizagem*, Universidade Aberta, Lisboa, 2000;

http://www.ciari.org/investigacao/a_med_do_discurso_pol_pela_cs.pdf