

Comunicação: uma indispensável ferramenta de dominação e poder

Comunicação: uma indispensável ferramenta de dominação e poder

Ana Maria Abdul Ahad¹; Selma Cristina Tomé Pina¹

Resumo: O presente artigo discute a comunicação e a mídia como estratégia de dominação e apresenta uma análise sobre erros cometidos pela falha ou pela manipulação da comunicação. Isto acontece desde os primórdios da humanidade e esta manipulação ou sua falha pode ser utilizada como instrumento de poder. Apresenta também uma contextualização histórica acerca da subjugação do Império Asteca pelos espanhóis no século XVI, as falhas na comunicação e o oportunismo espanhol e faz uma analogia com os dias de hoje, buscando comprovar que na imensa maioria das vezes a comunicação se transforma em instrumento de dominação e alienação do povo, incutindo valores éticos e morais que servem ao poder e que reconstrói a realidade forjando verdades. O método utilizado para a construção desse artigo é a pesquisa bibliográfica e objetiva demonstrar que uma comunicação bem sucedida é determinante na criação de novos paradigmas sociais, culturais e religiosos.

Palavras-chave: Comunicação; Alienação; Manipulação; Estratégia; Poder.

Abstract: The present paper discusses the communication and media as domination strategy and presents an assessment about mistakes made due to communication failure or even manipulation. This has happened since the beginning of humanity and that manipulation or failure might be used as an instrument of power. It also presents a historical contextualization about the Aztec Emperor subjugation performed by the Spanish in the sixteenth century, the communication failure and the Spanish opportunism bringing an analogy with the present time, trying to prove that most of the time communication changes into a domination tool and people alienation, instilling moral and ethic values to serve the power and rebuild the reality forging truths. The bibliographic methodology was used in this study and it has the objective of demonstrating that successful communication is essential when creating new social, cultural and religious paradigms.

Keywords: Communication; Alienation; Manipulation; Strategy; Power.

INTRODUÇÃO

Comunicação vem do latim *communicare*, significa partilhar, dividir, tornar comum, associar, trocar opiniões. A comunicação é essencial para a sobrevivência e esta máxima, envolve todas as etapas da vida. É através dela que revelamos quem somos e do que necessitamos.

Comunicação é diferente de informação que é dado neutro, unilateral. É preciso receber os dados, transformar em mensagem e enviar de forma eficaz para um receptor. Com este diálogo se dá a troca, o resultado.

A partir desse conceito surge nossa problemática. Afirmamos que a comunicação é instrumento de poder, usada ao longo dos séculos por grupos de diferentes etnias, culturas e hierarquias para manipular, sustentar, alienar e transformar a vida das pessoas. Fato que a história confirma.

Hernán Cortés, conquistador do Novo Mundo, era ambicioso, inteligente e calculista. Ao aportar na costa do México, jamais poderia imaginar que ao angariar tradutores fiéis, e usá-los como meio de comunicação, teria na verdade, adquirido admiráveis aliados, que seriam utilizados como instrumento para manipulação das informações, colocando os espanhóis um passo à

frente dos astecas na ocasião do encontro destas duas culturas, visto a grande capacidade de Cortés em adquirir informações e transformá-las em armas de guerra.

Os espanhóis, detentores de uma tecnologia extremamente superior às conhecidas pelos povos mesoamericanos que habitavam naquela época o território onde é, atualmente, o México, utilizaram a comunicação como estratégia de dominação, para assim aumentar os mitos acerca dos conquistadores.

A análise exibida neste artigo pretende avaliar, sem a pretensão de esgotar o assunto, a falta e as falhas na comunicação, e, usa como arquétipo o oportunismo espanhol que permeou as fases do processo de conquista espanhola e a conseqüente derrota do Império Asteca comprovando que uma comunicação planejada e aplicada de forma estratégica, pode mudar a história de qualquer povo.

EM BUSCA DA DOMINAÇÃO E DO PODER

• O Poder da Comunicação na Conquista do Novo Mundo

A aventura espanhola rumo ao descobrimento do novo mundo, jamais teria o desfecho histórico, que cul-

¹Especialista em Designer Instrucional, Educação a Distância: Concepção e Planejamento e Educação Empreendedora. Professora de Filosofia para o Ensino Médio e EJA e Discente do Curso de História da FESP|UEMG) E-mail: ana.ahad@fespmg.edu.br

²Especialista em Comunicação Corporativa e Marketing Empresarial, Professora do Curso de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Engenharia de Produção da FESP e Discente do Curso de Direito da FESP|UEMG. E-mail: selma.tome@fespmg.edu.br

minou na conquista espanhola do novo mundo não fosse a astúcia do conquistador Hernán Cortés em angariar informações e transformá-las em táticas de guerra, e, isto só foi possível porque o espanhol soube administrar oportunamente os processos de comunicação.

O destemido Hernán Cortés, detentor de uma tripulação composta por pouco mais de 500 homens, mas conhecedor de tecnologias de guerra jamais pensadas pelos índios mesoamericanos aportou na costa do México, na ilha de Cozumel em 1519. Em busca de riquezas, a tripulação de mercenários de Hernán Cortés começou sua viagem à América Central.

Poucos anos antes, uma expedição espanhola encalhou próximo à costa da Jamaica e alguns espanhóis foram feitos prisioneiros dos maias. Surpreendentemente dois espanhóis escravizados haviam sobrevivido e agora, um deles, Aguilar, fluente em castelhano, sua língua materna e maia, a língua dos nativos americanos, fora resgatado pelo grupo de Cortés e seria uma de suas armas de guerra, pois ele relatava ao conquistador detalhes a respeito dos nativos, da geografia, das riquezas e das intempéries da região (MORAIS, 2011), dando-lhes uma importante vantagem sobre os índios, o que corrobora com a dominação e o poder que advém da comunicação. Este importante elo/meio de comunicação descoberto por Hernán foi definitivo para fortalecer seus ideais de conquista.

O primeiro encontro com os nativos, embora ocorresse tentativas do não confronto por parte de Cortés, culminou em um ataque de flechas, lanças e pedras sobre o aço das armaduras espanholas. Com um número infinitamente inferior de soldados, mas com tecnologia e táticas de guerra altamente superior aos guerreiros locais, ao final dessa batalha os índios sobrepujados debandaram aterrorizados e o chefe da aldeia confuso e amedrontado enviou presentes à Cortés e indicou o caminho para o México como local de imensas riquezas em ouro.

Foi a primeira vitória de Cortés e um dos mais valiosos presentes recebidos pelos espanhóis, foi La Malinche, uma índia cativa natural da província de Coatzacoalcos. Ela seria mais uma potente arma da comunicação para seu arsenal de guerra e conquista.

De acordo com Levy (2012) ela era calma, inteligente e falava diversos dialetos indígenas e sua língua nativa era o náuatle maia. Malinche dominava o maia e o náuatle, língua dos astecas. Uma situação perfeita para os forasteiros, pois Cortés reduzira, potencialmente, os problemas de comunicação, ou pelo menos, tinha convicção disso, uma vez que “pôde se comunicar com os mexicas por meio de uma tradução em cadeia”. (MORAIS, 2011, p. 60).

Cortés, com este golpe de sorte e sagacidade, vislumbrou os benefícios que uma interprete nativa poderia proporcionar em sua empreitada contra o Império Asteca. E se encarregou de tomar Malinche como membro indispensável da expedição juntamente com Agui-

lar, seu outro tripulante e interprete, para a tomada de Tenochtitlan, a cidade do ouro e capital mexicana.

No encontro histórico de Hernán Cortés com Montezuma, o nono rei asteca, o espanhol utilizou sua maior ferramenta de persuasão, a comunicação. Cortés declarava que entendia a língua nativa e tirava proveito disso, contudo podia contar, ainda, com sua índia Malinche que:

entendia tecpillahtolli, herança de seu nascimento nobre, e o vinha traduzindo para o espanhol já havia meses antes do encontro de Cortés e Montezuma. Do contrário, não seria possível transmitir o pronunciamento de Montezuma para Cortés e seus colegas com qualquer grau de fidelidade. Mesmo com a vantagem da formação de Malinche, porém, quando traduzido para o espanhol, o discurso, despido de toda a refinada ornamentação de prefixos e sufixos náuatles, e perdido o princípio da inversão cortés pela existência de um equivalente genuíno na cultura ibérica - de fato parece ter um sentido de rendição (RESTALL, 2006, p. 176).

Cabe aqui ressaltar que Cortés, descreveu seu encontro com o rei asteca, como se Montezuma tivesse se rendido ao domínio espanhol e da Igreja, como pode ser verificado em sua própria narrativa sobre o primeiro encontro, o que corrobora que o poder de quem detém a comunicação pode ser usado para a manipulação em massa.

Asseguro-vos, portanto, que nós vos obedeceremos e aceitaremos como nossos senhores, em nome daquele grande soberano de quem falais; e não se cometerá aí qualquer forma de traição ou ofensa. Em toda a terra que tenho sob o meu domínio, comandareis conforme desejardes, e sereis obedecidos; e de tudo que possuímos podereis dispor como bem entenderdes. Estando, pois, vós em vosso próprio país e vossa própria casa, repousai agora das dificuldades da jornada e das batalhas que lutastes. (CORTÉS apud RESTALL, 2006, p. 172).

Na tradução fidedigna do texto náuatle a narrativa é bem mais profunda, pois fica evidente que Montezuma tinha “uma convicção de que Cortés não era outro senão o lendário chefe tolteca, Quetzalcoatl, que vinha do leste para reclamar sua terra”, conforme descrito em Bethell (1998, p. 169).

Ó senhor nosso, sede duplamente bem-vindo em vossa chegada a esta terra; vieste satisfazer a vossa curiosidade a respeito do vosso altepetl [cidade-Estado] do México, vieste sentar-vos no vosso trono de poder, pelo qual zelei durante algum tempo em vosso nome, pois vossos agentes, os regentes - Itzcoatzin, Moteucôma, o Velho, Axayacatl, Tiçocic e Ahuizotl - que durante tão curto período vos representaram no governo do altepetl do México, partiram. Foi depois deles que chegou este vosso pobre vassalo [eu]. Voltarão eles para o lugar de sua ausência? Se qualquer um desses pudesse assistir e contemplar o que agora se passa em meu tempo, o que hoje vejo após a partida de nossos senhores! Pois eis que não estou apenas sonhando, não estou apenas sonâmbulo, nada estou vendo apenas em meu sono. Não estou só sonhando que os vejo e vos olho nos olhos. Durante tanto tempo me afligi, perscrutando a direção das misteriosas plagas de onde provéns, entre nuvens e névoa. Foi assim que os re-

gentes, ao partirem, disseram que viríeis, a fim de tomardes conhecimento do vosso altopetl e sentar-vos no vosso trono de autoridade. E agora é verdade, chegastes. Sede duplamente bem-vindo, adentraí a terra, ide usufruir de vosso palácio e repousar vosso corpo. Que nossos senhores cheguem à terra (LOCKHART, apud RESTALL, 2006, p. 174).

Ciente das crenças religiosas do povo asteca, Cortés, que manejava a comunicação em cadeia, se encarregou de fomentar a mitologia acerca dos conquistadores, manipulando a credulidade dos índios, o que culminou com a decadência do Império Asteca.

O histórico encontro entre o velho e o novo mundo foi envolto por mitos, crenças e superstições, que foram fomentados pela estratégia de comunicação delineada por Hernán Cortés. O imperador mexica resignado prostrou-se diante do conquistador espanhol, que rápida e impiedosamente conquistou seu Império.

• A Desinformação que gera o Poder da Mídia

Assim como no passado, como retratado na historiografia do descobrimento do novo mundo, a história se repete na atualidade impulsionada pela globalização da informação, pelo avanço da tecnologia e o surgimento das mídias sociais que mantêm o mundo conectado através de uma comunicação ininterrupta.

É assim, de habilidades naturais do ser humano, que surge a estratégia de grandes conglomerados empresariais de Comunicação de Massa, que movimentam enorme capital financeiro, influenciam comportamentos individuais e coletivos e agem politicamente, defendendo seus próprios interesses e os interesses da sociedade capitalista de modo geral.

Adorno e Horkheimer, no livro *Dialética do Esclarecimento*, publicado em 1947, destacam a dimensão econômica da comunicação e já indicavam que estas potências de comunicação são essenciais para a existência da sociedade capitalista, pois através de estudos das relações interpessoais, da educação, da política, das manifestações culturais, de lazer e religiosas, define-se a linha de atuação da grande mídia e como transformar isto em influência.

Desde programas de entretenimento até os mais informativos têm foco em vários aspectos da nossa vida comportamental, profissional, comercial e nos fornecem mercadoria com grande poder de persuasão influenciando nossas decisões. Novelas ditam modas, notícias causam reviravolta nos mercados e na política e a publicidade nos diz qual é o produto da moda.

O fato e a grande problemática é que nem sempre estamos conscientes dessa ditadura que aprisiona nossas mentes e comportamento. Somos sujeitos nascidos da inoperância do Estado, pois apesar de termos direitos de moradia, saúde, educação e segurança, garantidos pela nossa Constituição Federal de 1988, a realidade se mostra diferente.

Segundo dados oficiais divulgados em 2012 pela

Organização das Nações Unidas (ONU) o Brasil está em 85º no ranking mundial de IDH atrás de países como Chile e Argentina também situados na América do Sul.

O IDH é a referência mundial para avaliar o desenvolvimento humano em longo prazo. O índice, que vai de 0 a 1, é feito a partir de três variáveis: vida longa e saudável, acesso ao conhecimento e um padrão de vida decente.

Estes dados demonstram a facilidade das grandes empresas de comunicação em manipular e influenciar principalmente as comunidades carentes. Dá-se a este público que é a maior parcela da população uma opinião pronta a respeito de um determinado assunto e aquilo se torna verdade absoluta, pela simples razão de que não há parâmetros que possam despertar a criticidade coletiva gerando debate e protestos contra esta construção de verdade e que determina a realidade da vida destas pessoas.

O Poder da mídia alcança sua capacidade máxima de fazer acontecer o mundo, de criar uma realidade. Em meia hora por dia, é possível ver um jornal com informações globalizadas de economia, política, educação, saúde, entretenimento e outros. O espectador sai da frente da televisão acreditando que está sabendo de tudo, que está informado. Essa forma, não é uma falha ou um defeito dos noticiários ou da comunicação em geral, e sim, um procedimento deliberado de controle social, político e cultural.

Dentro deste mesmo conceito é comum na vida da grande maioria da população brasileira ser espectadora de um tipo de comunicação na qual a intimidade das pessoas é o objeto central do espetáculo. Programas de entrevistas, de auditório, novelas e mesmo nos noticiários, há adultos jovens e crianças, na maioria das vezes famosos, contando suas preferências pessoais. Debatem desde o sexo, passando pelo tipo de alimentação que mais gostam, preferências de lazer, tendências de moda e cuidados corporais. Passamos a gostar do espetáculo, a procurar cotidianamente por ele. Agora já fazemos questão de nos envolver na vida privada das outras pessoas nos tornando vulneráveis ao conceito de ética.

Vejamos o que diz Gomes, no livro *Ética e Jornalismo* sobre este tema:

O problema da Ética se coloca então frontalmente contra os dados variáveis, a relatividade dos costumes, a subjetividade das máximas morais e sua origem empírica. Pois estas são as condições em que a socialidade se encontra constantemente em posição de conflito, ameaçada pela ausência da universalidade (2004, p. 34).

E qual é a base da credibilidade e da confiabilidade desses meios de comunicação? Como eles conseguem prender o espectador em suas grades e alienar, conduzir, manipular?

Trata-se do apelo à intimidade, à personalidade, à vida privada como suporte e garantia da ordem pública. Em outras palavras, os preceitos da vida pública passam a ser determinados e definidos pelos da vida privada,

acabando com a diferença entre o que é público e o que é privado.

E assim em vez de opinião pública, criamos manifestação pública de sentimentos o que passa a gerenciar nossa forma de interação social e política. Desta forma surge mais um instrumento de poder, agora centralizado nas mãos do Estado, pois a ele interessa um povo passivo, sem capacidade de discernimento e contestação.

Desta forma, destruímos sem saber, uma base essencial da democracia, que é a opinião pública.

É assim que a grande mídia constrói uma nova razão inculcando nas pessoas que o direito à liberdade de pensamento e de expressão existe de acordo com o interesse ou o direito de uma classe social, de um grupo.

Por assim dizer, a nossa sociedade contemporânea também vive como viveu a sociedade passada sendo influenciada pelo poder de uns em detrimento de muitos. E desta forma se constrói a ideia de que a comunicação feita através da mídia é manipuladora, mas a realidade é que somos sujeitos de uma história perversa, promíscua e degradante com governantes que veem no povo apenas massa de manobra. E assim caminha a humanidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para acabar com esta mídia manipuladora ou falando mais realisticamente minimizar seus efeitos, é preciso pensar os processos de comunicação de forma a envolver Estado, empresas e povo. Todos promovendo um debate verdadeiro sobre as responsabilidades de cada um.

Ao governo cabe fazer valer os direitos da sociedade garantindo no mínimo educação de qualidade, que é o primeiro passo para que se possa criar discussão e gerar criticidade e opiniões individuais.

Às empresas cabe a responsabilidade com os fatos verdadeiros, com fontes lícitas, com veracidade, sem espetacularizar dramas pessoais e de apelo geral que causam comoção nacional.

Faz-se necessário que a sociedade repense valores e que participem de um processo para coibir práticas erradas e que alienam. O primeiro ciclo desta mudança é a família, o segundo a escola e o terceiro o círculo social.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BETHELL, Leslie (org). História da América Latina Colonial. 2. ed. São Paulo: Edusp, 1998.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil, 1988. In: ANGER, Anne Joyce. Vade Mecum Acadêmico de Direito Rideel. 14. ed. São Paulo: Rideel, 2012.

GOMES, Mayra Rodrigues. Ética e Jornalismo: uma cartografia de valores. 2. ed. São Paulo: Escrituras Editora, 2004. – (Coleção Ensaio Transversais)

LEVY, Buddy. Conquistador – Hernán Cortés, Montezuma e a epopeia da resistência asteca. 1. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

MORAIS, Marcus Vinícius de. Hernán Cortes: Civilizador ou Genocida? 1. ed. São Paulo: Contexto, 2011.

RESTALL, Matew. Sete Mitos da Conquista Espanhola. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.