

É preciso ordenar a comunicação? Questionamentos acerca da necessidade de instâncias mediadoras entre mídia e público

EDSON FERNANDO DALMONTE

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - edsondalmonte@gmail.com

Doutor em Comunicação, professor de Comunicação e Ética e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Faculdade de Comunicação, UFBA. Coordenador do ANALÍTICA: Grupo de pesquisa em Análise Crítica da mídia e produtos midiáticos.

Resumo

Propõe uma reflexão acerca da relação entre mídia e sociedade no Brasil. Tomando por base a extinção da Lei de Imprensa, em 2009, busca refletir acerca dos questionamentos relativos ao ordenamento jurídico da comunicação social. Dentre as estratégias de mediação entre a mídia e o público estaria, por exemplo, o Conselho Federal de Jornalismo, proposto em 2004 e rejeitado, sobretudo, em função da campanha contrária feita pela mídia. A ideia de criação de um Conselho é retomada em 2009 e, outra vez, a mídia coloca-se contrária a tal projeto. Com base em tais constatações, busca evidenciar a necessidade de se criar o sentimento de “responsabilização social da mídia”, o que seria contrário à perspectiva de censura prévia, que em nenhum momento vem sendo defendida. A responsabilização da mídia está prevista num conjunto de leis, como a Constituição da República Federativa do Brasil, de 1988, no Código Penal, de 1940 (alterado em 1984), e o Código de Defesa e Proteção do Consumidor, de 1990. Com base em tais leis, é possível indiciar os meios de comunicação e solicitar direito de resposta e retratação, mas o presente artigo mostra, a partir de exemplos, que o processo não é tão simples e tem sido negligenciado pela mídia. Partindo de uma concepção contemporânea de imprensa, que abrange não apenas os veículos ou produtos considerados jornalísticos, mas também toda plataforma de divulgação de conteúdos informacionais, mostra que é necessário responsabilizar todo meio de comunicação que divulgar opinião distorcida e contrária às garantias fundamentais e à dignidade humana.

Palabras-chave

Comunicação social, Jornalismo, Responsabilidade social, Ética.

Abstract

This article proposes a reflection about the relationship between media and society in Brazil. Based on the extinction of the Press Law in 2009, it aims to reflect upon the issues related to the manner legal media is organized. The Federal Council of Journalism, proposed in 2004 and rejected, mainly due to the contrary made by the media campaign, would be among the strategies of mediation between the media and the public. The idea of creating a Council revisited in 2009 and, again, the media puts her opposition to this project. Based on these contrasts, it seeks to demonstrate the need to create the feeling of "social responsibility of media", which would be contrary to the prospect of censorship, that at no time has been advocated. The accountability of the media is provided at a set of laws, as the Constitution of the Federative Republic of Brazil, 1988, the Penal Code of 1940 (changed in 1984) and the Code of Consumer Defense and Protection, 1990. Based on these laws, you can indict the media and request right of reply and apology, but this article shows, using examples, that the process is not so simple and has been neglected by the media. From a contemporary view of the press, which covers not only vehicles or products considered journalism, but also the entire platform for the dissemination of informational content, shows that It's necessary to blame all media that disseminate distorted view and contrary to fundamental rights and human dignity.

Keywords: Social Communication, Journalism, Social Responsibility, Ethics.

Artigo recebido em 20/04/2011
Aprovado em 10/05/2011

O presente artigo busca refletir sobre o controverso tema do controle social da mídia. O referido tema tem estado em voga, sobretudo, depois que o Supremo Tribunal Federal votou, em 30 de abril de 2009, pela extinção da Lei de Imprensa, de 1967. A principal justificativa para tal decisão estava pautada na alegação de que a lei era contrária à democracia e feria princípios constitucionais. As leis devem estar a serviço da sociedade, contribuindo para um melhor ordenamento das ações empreendidas num campo de atuação profissional. É inegável que uma lei que regulamente a imprensa e que tenha sido implementada em pleno regime militar (1964-1985) deve ser questionada em seu teor. O Capítulo III, da referida lei – “Dos abusos no exercício da liberdade de manifestação do pensamento e informação”, apresentava formas de controle da informação por meio da detenção daqueles que praticassem abusos quanto à divulgação de fatos considerados danosos à sociedade por “ofender a moral pública e os bons costumes” (Art. 17). Outro exemplo da visão extremista estava expresso no Artigo 66, que falava da prisão de jornalistas, mediante julgamento.

Para muitos, a Lei de Imprensa era a expressão de um Estado autoritário, com claras pretensões de controle da informação. Para tal, a imprensa e seus agentes, os jornalistas, estavam no foco da idéia de controle. Com a derrubada da Lei de 1967, paira um questionamento acerca dos aspectos jurídicos relativos aos princípios de ordenamento dos sistemas de informação na sociedade brasileira. Três modelos representam modalidades de controle da qualidade de serviços prestados à sociedade por um conjunto de profissionais: 1) controle externo, exercido diretamente pelo Estado; 2) controle interno, exercido pelo próprio grupo, com base em códigos de conduta ética e 3) controle por meio de conselhos federais e estaduais, de composição mista, incluindo representantes eleitos pela classe e membros da sociedade civil, por exemplo.

No caso específico do Brasil, a mídia tem tido papel decisivo para que não sejam estabelecidos tais conselhos. Em 2004 houve uma discussão com o objetivo de criar o Conselho Federal de Jornalismo, mediante encaminhamento de Projeto de Lei¹ ao Congresso. De maneira ostensiva, os meios de comunicação tradicionais encamparam um movimento contrário ao projeto, alegando que era uma tentativa de censura, representando um retorno aos princípios antidemocráticos da ditadura militar. A

proposta previa a criação de um conselho composto por 10 membros indicados pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), evidenciado sua independência em relação ao Estado.

A malfadada tentativa do governo brasileiro em criar um Conselho Federal de Jornalismo, em 2004, repete-se em 2009 na 1ª Conferência Nacional de Comunicação, quando retoma a proposta de criação do Conselho. A reação da imprensa ilustra, mais uma vez, a manipulação da informação, invocando o sentimento de controle e censura: “Confecom aprova propostas restritivas ao jornalismo” (O Globo, 17/12/09) e “Confecom quer ressuscitar Conselho Nacional de Jornalismo. Proposta havia sido rechaçada sob o argumento de que era tentativa do governo de controlar a imprensa” (Estado de S. Paulo, 17/12/09). A temática vai ser retomada inclusive no período da campanha presidencial de 2010: “Capítulo V da Constituição. **A liberdade sob ataque.** A revelação de evidências irrefutáveis de corrupção no Palácio do Planalto renova no presidente Lula e no seu partido o ódio à imprensa livre” (Veja, edição de 29 de setembro de 2010).

Como afirma Bertrand (2002, p.142), os conselhos de imprensa surgem de uma necessidade de tornar os meios de comunicação mais responsáveis socialmente, mediante sua importante contribuição para o fortalecimento da democracia. Contudo, o ponto de equilíbrio de tais conselhos é sua autonomia em relação ao poder governamental, de quem deve ser agente fiscalizador. Para o autor,

O próprio conceito de “conselho de imprensa” não é fácil de definir, a não ser negativamente. Um conselho de imprensa não é NEM uma comissão governamental de censura, NEM um comitê interno de autocensura, NEM um sindicato de profissionais, nem uma agência de arbitragem para conflitos dentro da mídia, NEM a emanção de uma organização de usuários.

A pronta rejeição, por parte da mídia, em relação aos Conselhos de Jornalismo, tanto Federal quanto Estaduais, pode ser expressão do desejo de continuar desenvolvendo um tipo de trabalho noticioso comprometido apenas com suas metas empresariais e isentas de qualquer sorte de responsabilidade. Como lembra Bertrand (1999, p.21), “a finalidade da mídia não pode ser unicamente ganhar dinheiro”. Além do

aspecto empresarial, os grupos midiáticos adotam também posições políticas, privilegiando determinados lados em detrimento de outros, numa parcialidade dissimulada, tentando evidenciar estratégias de imparcialidade.

Em relação a essa perspectiva, é relevante situar a discussão de Tuchman (1999) acerca da objetividade como ritual estratégico. Diante da necessidade de tomar decisões apressadas quanto ao tratamento de uma informação, afirma Tuchman (1999, p.76) que os jornalistas “necessitam de uma noção operativa de objectividade [sic.] para minimizar os riscos impostos pelos prazos de entrega de material, pelos processos difamatórios e pelas reprimendas dos superiores”.

O referido ritual estratégico da objetividade refere-se, por exemplo, ao uso dos trechos entre aspas, que conectam a notícia jornalística e sua fonte. Outro recurso é a verificação, por meio da checagem das informações. Merece destaque a “apresentação de possibilidades conflituais” (TUCHMAN, 1999, p.79-80), que se refere à presença de vozes conflituosas no texto, que apresentam diferentes partes de um mesmo tópico, todas com “pretensões de verdade”. Por meio de tais ações, efetua-se aquilo que o autor chama de ritual estratégico da objetividade, que atua conferindo respaldo ao jornalista perante seus colegas e superiores, dentro daquilo que se poderia chamar cultura organizacional.

A objetividade como ritual estratégico diz respeito a uma série de procedimentos que simulam a transparência quanto à rotinização dos procedimentos do fazer noticioso. A transparência irá culminar com a credibilidade que, em última instância, é um bom negócio, pois, para os anunciantes, é fundamental que a mídia, para onde direcionam seus anúncios, seja credível (BERTRAND, 1999, p.25). Provavelmente resida aí a principal recusa a qualquer forma de controle ou a mecanismos que assegurem a retratação e direito de resposta de maneira mais pragmática. Um jornal que for alvo de constantes pedidos de retratação terá sua credibilidade abalada socialmente, o que irá ter repercussão na definição do quadro de anunciantes.

O Artigo 5º da Constituição, em seu parágrafo V estabelece que “é assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem”. O Código Penalⁱⁱⁱ em seu Artigo 107 prevê a retratação como base para a extinção da culpabilidade, o que se dá “VI - pela retratação do agente, nos casos

em que a lei a admite”. Mediante julgamento de recurso, a parte requerente pode ter direito de resposta e mesmo ter assegurada a retratação. No entanto, não basta um conjunto de leis, mas é necessário ter assegurada sua aplicação.

A aplicação de leis para a responsabilização da mídia pode ser ilustrada pela iniciativa do Ministério Público Federal de São Paulo, que em 2009 apresentou ação contra a TV Bandeirantesⁱⁱⁱ. A causa foi motivada por um episódio exibido no dia 27 de julho daquele ano pelo Programa Brasil Urgente, apresentado por José Luiz Datena e com participação do repórter Márcio Campos. Ao longo de reportagem sobre um crime bárbaro, fizeram comentários preconceituosos acerca de pessoas ateias e, por cinquenta minutos, apresentador e repórter associaram os crimes a pessoas que não acreditavam e Deus, como se vê nos trechos abaixo:

Esse é o garoto que foi fuzilado. Então, Márcio Campos (repórter), é inadmissível, você também que é muito católico, não é possível, isso é ausência de Deus, porque nada justifica um crime como esse, não Márcio?

Porque o sujeito que é ateu, na minha modesta opinião, não tem limites, é por isso que a gente vê esses crimes aí. (MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL, 2010a)

A ação movida pelo Ministério Público^{iv} tomou por base as garantias constitucionais de liberdade de consciência e liberdade de crença, como se vê no Artigo 5º: “VI - é inviolável a liberdade de consciência e de crença, sendo assegurado o livre exercício dos cultos religiosos e garantida, na forma da lei, a proteção aos locais de culto e a suas liturgias”. (CONSTITUIÇÃO).

O processo do MPF-SP pede a retratação por parte da TV Bandeirantes, no dobro do tempo do programa em questão. A TV deve exibir durante uma ou mais edições do referido programa um quadro com retratação referente às declarações ofensivas aos ateus, além de esclarecer a audiência acerca da diversidade religiosa e liberdade de consciência e de crença no Brasil. O processo foi instaurado em dezembro de 2010 e ainda encontra-se na fase inicial.

Outro exemplo recente do descumprimento total de determinações relativas ao processo de responsabilização da mídia pode ser oferecido pelo caso da Petrobras que,

após ter negados reiterados pedidos de retração e direito de resposta, resolveu criar um blog para apresentar sua versão dos fatos, o que acontece em 02 de julho de 2009. A posição assumida pela Petrobrás propiciou e tem propiciado polarizações de opiniões no que diz respeito ao atual papel do jornalismo.

Do lado das empresas de comunicação, tem-se alegado que há um desrespeito ao lugar do jornalismo como instância articuladora do espaço público e das questões que lhe são inerentes. Ao atravessar tal instância, a estatal estaria oferecendo informações brutas à sociedade, sem o tratamento jornalístico, pressupondo apuração e articulação de vozes conflitantes em nome da pretendida verdade. Do lado dos jornalistas, alega-se a ruptura do *status* profissional e questiona-se até mesmo o direito autoral das perguntas que, ao serem divulgadas no blog, elimina-se o direito ao furo jornalístico, antes reservado às empresas de comunicação (DALMONTE, 2010).

O exemplo da Petrobras apenas torna mais evidente a inércia das chamadas Leis da Comunicação, ou o conjunto de leis que abordam de forma explícita o campo comunicacional. É fundamental que a sociedade desenvolva um tipo de reflexão acerca do papel da comunicação, sobretudo no tocante a sua relevância para o binômio opinião pública-democracia. No Brasil e no cenário internacional o mais comum é a existência de códigos de conduta, do tipo deontológicos e éticos, com função, na maioria das vezes, meramente consultiva interna ao grupo. Como lembra Bertrand (1999, p.185), “de que serve um código que ‘não tem dentes’”? O necessário, a essa altura, é que o processo de responsabilização faça parte da rotina midiática, compreendendo a empresa e seus profissionais.

Dos conselhos de imprensa ao sistema de responsabilização

A principal defesa para a não regulamentação de conselhos de imprensa está embasada numa argumentação liberal que defende a tese de que os equívocos da imprensa, ou desvios de conduta, podem ser corrigidos por um comportamento de recusa da parte consumidora, como exemplifica Macedo (2009). Essa visão meramente mercadológica coloca a informação como um produto ordinário, que pode impulsionar sentimentos como “gosto” e “não gosto”. Ao atribuir o papel de censor ao leitor, o discurso liberal exime a imprensa de qualquer regulamentação, pois a interferência

máxima seria a recusa por parte do consumidor, o que pode promover uma reorganização do produto.

Tal argumento chega a ser aviltante, pois seria o mesmo que atribuir ao cidadão comum o papel de inspetor sobre assuntos gerais. Fico pensando no caso dos alimentos servidos em bares, restaurantes e vendidos por ambulantes. O que dá ao consumidor alguma segurança quanto à qualidade dos produtos e dos serviços empregados na elaboração dos alimentos é a atuação da Vigilância Sanitária, que tem a atribuição de desenvolver a Inspeção Sanitária, um serviço devidamente regulamentado e com papéis claramente definidos, com aplicação de medidas de orientação ou punitivas, de acordo com a infração observada.

Nossa opção é pelo estabelecimento de instâncias, como os Conselhos de Imprensa, para o gerenciamento dos procedimentos do campo da comunicação social e estabelecimento de rotinas de verificação de denúncias por abuso de poder, exposição indevida de imagem, invasão de privacidade, manipulação dos fatos, dentre outras questões. Como afirma Kant (2008, p.158), o regime republicano é o mais adequado, pois respeita a complexa organização dos direitos dos homens. Segundo o autor, muitos argumentam desconfiadamente em relação à república, pois apenas uma sociedade de *anjos* poderia estar apta a viver sob tal regime. Contraopondo-se a tal opinião, argumenta que mesmo uma sociedade de *demônios* poderia ser um bom lugar pra se viver, desde que as leis estivessem claramente estabelecidas e fossem observadas. A cidadania, nessa ótica, não é espontânea, nem resulta de um desejo caprichoso do indivíduo, mas é a expressão do papel ordenador do Estado, constituído com base no contrato de respeito mútuo.

O ponto fulcral aqui não é a defesa de sistemas de censura prévia, mas a efetivação de sistemas de responsabilização da mídia. É interessante ressaltar, ainda, que o termo “imprensa” deve ser ampliado na contemporaneidade para toda modalidade de instrumento de veiculação de conteúdos, compreendendo material jornalístico e qualquer outra modalidade. A responsabilização deve ser estendida a toda sorte de veículo de comunicação, pois a genealogia do termo “imprensa” remete ao direito concedido a uma determinada corporação, ou pessoa, para imprimir, ou seja, tornar público um determinado conteúdo^v.

Seguindo essa lógica, qualquer conteúdo pode imprimir sentidos socialmente, contribuindo para estabelecer “verdades” e imputar culpa a alguém. Logo, o sentido contemporâneo de imprensa deve ser ampliado para as muitas plataformas de veiculação de conteúdos. Desde o jornalismo, em seus vários gêneros, do impresso ao digital, até programas de televisão sensacionalistas e de entretenimento, devem ser responsabilizados pelas formas de abordagem de questões relativas a direitos humanos ou a qualquer dano causado à imagem, por exemplo.

Reside aí, me parece, o principal ponto de enfrentamento entre sociedade e mídia, cuja meta deveria ser o estabelecimento de sistemas de responsabilização. De maneira completamente descompromissada com noções mínimas de direitos humanos, vários produtos comunicacionais atacam descaradamente o gênero humano em sua dignidade. Programas sensacionalistas expõem as pessoas a situações vexatórias, revelando aspectos de sua intimidade sem o menor respeito. Num outro extremo, mesmo o jornalismo mais sisudo também cai no erro de expor pessoas a situações vergonhosas. No caso da cobertura de crimes, de forma global, a mídia atua imputando culpa quando encampa verdadeira cruzada contra o “inimigo”, rotulado como “assassino”, “monstro”, “devasso” e chega até a indicar sentenças: “cadeia”, “prisão perpétua”. Tudo isso colabora para que alguns julgamentos se tornem verdadeiros espetáculos, como o desfecho do caso Isabella Nardoni, cuja morte foi em março de 2008.

Como afirma Silva (2006, p.54),

Se, de um lado, temos a liberdade de imprensa como um baluarte da democracia, por outro, temos que garantir a efetividade de outros princípios também constitucionais, tais como: a presunção de inocência, a intimidade, etc., como forma de proteção aos direitos individuais do homem.

A presunção de inocência talvez seja um dos princípios constitucionais menos respeitados pela mídia. Em nome da tão propalada liberdade de imprensa, verdadeiras atrocidades são cometidas e suspeitos são transformados em culpados, prescindindo dos trâmites da justiça. A presunção de inocência desponta como uma das principais garantias dos direitos fundamentais na Declaração dos direitos do Homem e do

Cidadão, de 1789, sendo um coroamento da Revolução Francesa: “Art. 9º. Todo acusado é **considerado inocente** até ser declarado culpado e, se julgar indispensável prendê-lo, todo o rigor desnecessário à guarda da sua pessoa deverá ser severamente reprimido pela lei”. (Grifos nossos).

A repercussão das conquistas francesas vai culminar com a Declaração universal dos direitos humanos, de 1948, que em seu artigo 11 afirma: “§1. Toda pessoa acusada de um ato delituoso tem o direito de ser **presumida inocente** até que a sua culpabilidade tenha sido provada de acordo com a lei, em julgamento público no qual lhe tenham sido asseguradas todas as garantias necessárias à sua defesa”. (Grifos nossos).

A Constituição brasileira, de 1988, em seu capítulo V, que trata dos “Direitos e garantias fundamentais”, assegura a presunção de inocência quando afirma: “LVII - ninguém será considerado culpado até o trânsito em julgado de sentença penal condenatória”.

Pode-se dizer que a mídia tem operacionalizado uma inversão dos princípios e, ao invés da **presunção de inocência**, tem implementado a **presunção de culpa** (SILVA, 2005; 2006). A importância das leis e sua aplicação no contexto midiático pode ser exemplificada pelo Estatuto da criança e do adolescente - ECA, de 1990. Após ter entrado em vigor, o ECA foi determinante para uma cobertura jornalística mais respeitosa no tocante aos direitos da infância, pois o documento impõe limites às formas de abordagem e exposição da criança e do adolescente.

Do Direito Individual ao Direito Difuso à informação verdadeira

Naquilo que concerne à relação entre comunicação e direito na perspectiva jurídica, é importante definir a noção de liberdade. Em um regime democrático, a comunicação apenas pode ser “operacionalizada” numa ambiência de total e irrestrita liberdade. Sobre esse tópico, afirma Silva (2006, p.64):

Se desejarmos viver em uma sociedade que tem como base os princípios democráticos, devemos suportar o ônus desta “doce liberdade”. Nesse sentido, a imprensa, como informadora e formadora de opinião, deve se preocupar não só com a garantia da liberdade, mas

com o seu exercício responsável. Pois a verdadeira regulamentação da liberdade é mais um problema da cultura, um problema de consciência moral, um problema ético.

A liberdade, assim entendida, é **liberdade negativa**, ou seja, é uma garantia fundamental do Estado de Direito de regime democrático e, por isso mesmo, encontra-se limitada por outras liberdades. É a liberdade de fazer tudo aquilo que a lei não proíbe, conforme disposto no Artigo 5º da Constituição: “II - ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei”. Como afirma Douzinas (2009, p.87),

A liberdade é negativa; é uma licença infinita, uma liberdade de movimento que não tem quaisquer limitações inerentes, mas apenas restrições externas e empíricas, mais notadamente na liberdade de outros homens de buscar os mesmos fins ou de se engajar em um movimento que os coloque em uma rota de colisão.

Os direitos relativos à comunicação estão alocados no campo das liberdades, pois devem ser consideradas, por exemplo, as liberdades fundamentais asseguradas pela Constituição: tanto liberdade de informar quanto liberdade de acesso à informação verdadeira. Por meio de uma avaliação dos Artigos 5º, 220 e 221, podem ser localizados indicativos de liberdade no tocante à comunicação e informação, que colocam o cidadão como usuário dos serviços prestados pelos meios de comunicação, mas também como detentor de direitos, com base no ideal pretendido quanto a esses serviços:

Artigo 5. Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

II - ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei;

IV - é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato;

VI - é inviolável a liberdade de consciência e de crença, sendo assegurado o livre exercício dos cultos religiosos e garantida, na forma da lei, a proteção aos locais de culto e a suas liturgias;

IX - é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença;

XIV - é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional;

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º - Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2º - É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3º - Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

O inciso II, (Art. 220), como se vê, propõe o estabelecimento de formas legais de garantir ao cidadão a defesa contra produtos comunicacionais considerados nocivos ao bom andamento da família e sociedade e contrários às noções de saúde atualmente aceitas. O parâmetro é oferecido pelo Artigo 221, que versa sobre a programação das emissoras de rádio e televisão:

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Com base no artigo precedente, o 221, apercebemo-nos de que todo cidadão é detentor de um direito relativo à qualidade socialmente esperada de um produto comunicacional. Podem alegar, alguns, que há uma forte carga de subjetivismo no Inciso IV, que fala de valores éticos e sociais. De fato, é possível pensar na

subjetividade de tais princípios, mas ainda assim eles não podem ser diminuídos, tampouco desqualificados como norteadores para uma conduta desejada socialmente. Percebemos, por meio de tal reflexão, que há um empoderamento do indivíduo no tocante aos assuntos comunicacionais.

A responsabilização da mídia por veiculação de opinião dentro de programação considerada não jornalística e, portanto, pretensamente livre de responsabilidades, aconteceu com o programa Big Brother. Na edição de 2010, no dia 02 de fevereiro, Marcelo Dourado, um dos participantes, disse que AIDS é coisa de homossexual e que heterossexual não era contaminado pelo vírus. O ministério Público Federal entrou com recurso^{vi} contra a Rede Globo, pois no seu entendimento as opiniões divulgadas pela emissora são de sua responsabilidade, sobretudo pelo fato de as declarações de Dourado terem sido incluídas na edição dos melhores momentos da semana e exibidas, pela segunda vez, no dia 09 de fevereiro.

Com base nos artigos 220 e 221, considerou-se que a emissora era responsável pela desinformação e colocava-se contrária às prescrições do Ministério da Saúde, que desenvolve constantes campanhas de conscientização acerca da AIDS. Por causa das declarações de Dourado, que também eram preconceituosas em relação ao homossexual, a empresa teve que veicular dentro da programação e no mesmo horário, um informativo (VÍDEO, 2010) esclarecendo a população sobre a AIDS, incluindo formas de contágio e prevenção. A peça veiculada teve o mesmo tempo de duração (40 segundos) das declarações equivocadas do participante do *reality show* e foi elaborada em conformidade com as orientações do Ministério da Saúde, fundo azul, letras brancas e tom formal. A retratação foi introduzida pelo apresentador Pedro Bial, com os dizeres: “A gente volta daqui a pouco. Atenção agora!”. Em caso de descumprimento da ordem judicial, a empresa teria que pagar a quantia de um milhão de reais.

Ao ingressar contra a Rede Globo, em sua sustentação, o juiz Paulo Cezar Neves Junior, da 3ª Vara Civil Federal de São Paulo argumentou sobre o conflito entre direitos fundamentais, mais precisamente entre a liberdade de comunicar, por parte da empresa, e o direito de ser bem informado, garantido ao cidadão:

Não obstante a garantia constitucional de liberdade de comunicação social, prevista no art. 220 da Constituição Federal, dispõe seu artigo 221 que toda produção de programa de rádio e televisão deve se submeter à preservação dos valores éticos e sociais da pessoa e da família, o que teria sido descumprido pela emissora e não devidamente fiscalizado pela União. (MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL, 2010b, p.2).

No tocante às liberdades, Paesani (2008, p.6) apresenta quatro gerações ou dimensões de direito:

1. Liberdades e direitos de **primeira geração**, que compreendem as liberdades de caráter individual.
2. Liberdades e direitos de **segunda geração**, compostos por direitos econômicos, sociais e culturais.
3. Liberdades e direitos de **terceira geração**, também conhecidos como direitos da solidariedade não destinados ao indivíduo, mas dirigidos ao grupo social (povo). É o direito à autodeterminação dos povos, à paz, ao desenvolvimento, ao equilíbrio ecológico, ao controle das riquezas nacionais e à defesa do ambiente.
4. Direitos e liberdades de **quarta geração**. São direitos em fase de reconhecimento referentes ao campo da manipulação genética, da bioética e das novas tecnologias da comunicação. (Grifos nossos).

As conquistas do direito relativas à liberdade vão, segundo essa escala, de questões estritamente individuais para aquelas pertencentes ao coletivo. O direito de terceira geração é também conhecido como **direito difuso**, dirigido ao povo, pois no caso de algum questionamento, ou ação, a titularidade cabe a qualquer cidadão, e não apenas ao indivíduo nomeado diretamente por um produto comunicacional, base de uma ação nos moldes “tradicionais”.

Como justifica Carvalho (2003, p.18), essa é uma dimensão dos direitos difusos, “caracterizados pela indeterminação dos titulares e pela indivisibilidade de seu objeto”. Seguindo essa lógica, o cidadão é detentor de um direito à informação verdadeira. Como afirma o autor (p.91), “uma vez optando o órgão de imprensa pela publicação da matéria jornalística, surge para o leitor um direito: o direito à informação verdadeira”.

Na legislação brasileira, os direitos difusos estão nomeados no Código de proteção e defesa do consumidor, Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990, Artigo 81: “interesses ou direitos difusos, assim entendidos, para efeitos deste código, os

transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato”.

Ao situar que o direito difuso é transindividual, afirma-se que todos, indistintamente, são titulares desse direito. A circunstância de fato, no caso, é o produto comunicacional, que ao ser veiculado, pode atingir qualquer membro da coletividade. Sob o ponto de vista jurídico, a noção de direito difuso assegura que o direito de resposta deve ser garantido a todos, indistintamente.

Na proposta de Carvalho (2003, p.108), “o que se propõe é um direito difuso de *alguém por todos* pleitear a correção de uma notícia inexata e, em caso de negativa, de postular judicialmente que o órgão de imprensa seja obrigado a publicar a correção”. Vale ressaltar, mais uma vez, que por imprensa estamos entendendo toda plataforma de divulgação de conteúdos informacionais. Tal definição é fundamental, pois evita mal entendidos em caso de questionamento quanto ao teor de produtos dos meios de comunicação. Referida perspectiva é essencial, pois caracteriza a superação da visão tradicional, segundo a qual a atenção deve ser dispensada apenas àqueles considerados jornalísticos, por exemplo, desconsiderando a publicização de opiniões em outras modalidades comunicacionais.

Por fim, percebe-se que ainda é necessário estreitar os laços entre os campos da comunicação e do direito, pois é fundamental uma melhor compreensão dos fazeres comunicacionais, rotinas de produção e posicionamento mercadológicos das empresas de comunicação. Por outro lado, acadêmicos, profissionais da comunicação e cidadãos em geral, precisam entender os mecanismos de nossa legislação para que, conjuntamente, se busque criar a rotina de responsabilização dos meios de comunicação e seus profissionais. De forma alguma estamos falando de lei da mordaza, de calar a imprensa, em sim que a sociedade precisa entender melhor os procedimentos da mídia e que ela deve prestar contas aos seus usuários.

Por outro lado, é necessário também que o Estado deixe a imprensa em liberdade, pois um dos seus papéis principais é a vigilância dos assuntos públicos, questão de extremo interesse dos cidadãos. Qualquer regime verdadeiramente democrático busca incentivar a existência de uma imprensa autônoma, base para a cidadania e exercício dos direitos políticos na contemporaneidade.

No geral, as abordagens descritas ao longo deste artigo evidenciam concepções liberais acerca do ordenamento da comunicação. Seguindo essa lógica, o papel ordenador do Estado restringe-se à implementação ou aplicação de leis gerais, como a Constituição, Código Penal e Código de defesa do consumidor. A necessidade de existência de leis específicas, como a Lei de imprensa, pode ser “esvaziada”, com base no argumento de que o cidadão já dispõe de respaldo legal para responsabilizar a mídia. No entanto, torna-se premente a discussão de um modelo mais amplo acerca dos processos de responsabilização da mídia e, para tanto, seria fundamental a discussão e proposição de lei específica no tocante à imprensa.

Referências bibliográficas

BERTRAND, Claude-Jean. **O arsenal da democracia**: sistemas de responsabilização da mídia. Bauru, SP: EDUSC, 2002.

_____. **A deontologia das mídias**. Bauru, SP: EDUSC, 1999.

CARVALHO, Luiz Gustavo Grandinetti Castanho de. **Liberdade de informação e o direito difuso à informação verdadeira**. Rio de Janeiro: Renovar, 2003.

DALMONTE, Edson Fernando. O blog da Petrobras e o jornalismo: de que aspectos éticos estamos falando? **Brazilian Journalism Research**, vol. 6, n.2, 2010, p.59-69. Disponível: <http://bjr.sbpjor.org.br/index.php/bjr/article/view/24/25>; acesso em 12/03/2011.

DECLARAÇÃO dos direitos do Homem e do Cidadão, 1789. Disponível: <http://www.direitoshumanos.usp.br/index.php/Documentos-antigos-%C3%A0-cria%C3%A7%C3%A3o-da-Sociedade-das-Na%C3%A7%C3%B5es-at%C3%A9-1919/declaracao-de-direitos-do-homem-e-do-cidadao-1789.html>

DECLARAÇÃO universal dos direitos humanos, 1948. Disponível: <http://www.direitoshumanos.usp.br/index.php/Declara%C3%A7%C3%A3o-Universal-dos-Direitos-Humanos/declaracao-universal-dos-direitos-humanos.html>

DOUZINAS, Costas. **O fim dos direitos humanos**. São Leopoldo: UNISINOS, 2009.

KANT, IMMANUEL. **A paz perpétua e outros opúsculos**. Lisboa, Edições 70, 2008.

MACEDO, Silvia Mugnatto. **Liberdade de Imprensa e Democracia: A Atuação da Câmara dos Deputados**. Dissertação de mestrado em Ciência Política, 19 mai. 2009. Rio de Janeiro, IUPERJ.

MINISTÉRIO Público Federal, 2010a. Disponível: http://www.prsp.mpf.gov.br/prdc/sala-de-imprensa/pdfs-das-noticias/ACP_Datena.pdf

MINISTÉRIO Público Federal, 2010b. Disponível: http://www.prsp.mpf.gov.br/prdc/sala-de-imprensa/pdfs-das-noticias/BBB_liminar_Aids%206642-51.pdf

SILVA, Wanise Cabral. Da lei à ética: mecanismos de limitação à liberdade de imprensa. **Diálogos possíveis**, Salvador, ano 5, n. 2, jul.-dez., 2006, p. 49-67. Disponível: http://www.faculdadesocial.edu.br/dialogospossiveis/artigos/9/3dp_wanise.pdf

_____. Liberdade de imprensa x presunção de inocência. **Diálogos possíveis**, Salvador, ano 4, n. 2, jul.-dez., 2005, p. 137-160. Disponível: <http://faculdadesocial.edu.br/dialogospossiveis/artigos/7/11.pdf>

TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. 2.ed. Lisboa: Veja, 1999.

Leis

CONSTITUIÇÃO da República Federativa do Brasil, 1988. Disponível: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm

LEI de imprensa, 1967. Disponível: <http://www.planalto.gov.br/ccivil/leis/L5250.htm>

CÓDIGO de proteção e defesa do consumidor, 1990. Disponível: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm

ESTATUTO da criança e do adolescente, 1990. Disponível: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8069.htm

CÓDIGO Penal, 1940/1984. Disponível: <http://www6.senado.gov.br/legislacao/ListaTextoIntegral.action?id=105710>

Notícias

Confecom aprova propostas restritivas ao jornalismo. O Globo, 17/12/09. Disponível: <http://oglobo.globo.com/pais/mat/2009/12/17/confecom-aprova-propostas-restritivas-ao-jornalismo-915269491.asp>; acesso em 10/03/2011.

Confecom quer ressuscitar Conselho Nacional de Jornalismo. Proposta havia sido rechaçada sob o argumento de que era tentativa do governo de controlar a imprensa. Estado de S. Paulo, 17/12/09. Disponível: <http://www.estadao.com.br/noticias/nacional,confecom-quer-ressuscitar-conselho-nacional-de-jornalismo,483212,0.htm>; acesso em 10/03/2011.

Capítulo V da Constituição. **A liberdade sob ataque**. A revelação de evidências irrefutáveis de corrupção no Palácio do Planalto renova no presidente Lula e no seu partido o ódio à imprensa livre. Veja, edição de 29 de setembro de 2010. Acervo digital. Disponível: <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>; acesso em 10/03/2011.

MPF-SP ajuíza ação para que programa Brasil Urgente se retrate de atitude preconceituosa contra ateus. Disponível: http://www.prsp.mpf.gov.br/prdc/sala-de-imprensa/noticias_prdc/03-12-10-mpf-sp-

[ajuiza-acao-para-que-programa-brasil-urgente-se-retrate-de-atitude-preconceituosa-contra-ateus](#),
acesso em 10/03/2011.

Vídeo

VÍDEO, 2010. Disponível: <http://www.youtube.com/watch?v=zZrrIABKIXI&tracker=False&NR=1>; acesso em 10/03/2011.

ⁱ <<http://www.camara.gov.br/sileg/integras/235421.pdf>>.

ⁱⁱ Promulgado em 1940 e alterado em 1984.

ⁱⁱⁱ <http://www.prsp.mpf.gov.br/prdc/sala-de-imprensa/noticias_prdc/03-12-10-mpf-sp-ajuiza-acao-para-que-programa-brasil-urgente-se-retrate-de-atitude-preconceituosa-contrateus>.

^{iv} <http://www.prsp.mpf.gov.br/prdc/sala-de-imprensa/pdfs-das-noticias/ACP_Datena.pdf>

^v Como no caso do Imprimatur, do latim: “deixe que seja impresso”, concedido pela Igreja Católica, ou determinado pela lei inglesa de 1586, 1637 e 1662, que apenas autorizava a impressão de obras mediante a autorização emitida por membros do Estado e da Igreja, sendo finalmente extinta em 1695.

^{vi} <http://www.prsp.mpf.gov.br/prdc/sala-de-imprensa/pdfs-das-noticias/BBB_liminar_Aids%206642-51.pdf>.

Este artigo e todo o conteúdo da **Estudos em Jornalismo e Mídia** estão disponíveis em <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/index>

Estudos em Jornalismo e Mídia está sob a [Licença Creative Commons](#).