

2

Direito à Comunicação

2.1

Liberdade de Expressão e Comunicação

A comunicação é tema que perpassa a existência humana. É tamanha sua essencialidade que dele frequentemente nos esquecemos. A importância do comunicar vai além de sua própria atividade, o direito de se expressar se estabelece e é encarado com naturalidade como um pressuposto a outros direitos, sua matéria – aparentemente de identificação simples – se mostra na prática como um conjunto de outros direitos: ser informado, se manifestar, produzir e transformar discursos, agregar e diferenciar conceitos, e mais.

Pode-se dizer que há uma identificação da comunicação com a democracia e com o pleno gozo dos direitos humanos mais essenciais, sendo inconcebível um ambiente democrático sem o direito fundamental da liberdade de expressão. Entretanto, sem a manifestação de um mínimo direito à comunicação, de que liberdade de expressão se pode falar? O exercício da comunicabilidade somente poderá se manifestar como uma livre expressão de ideias, não apenas uma transmissão, mas uma transformação, não apenas de informações, mas de consciências.

A natureza estratégica da comunicação vai além do exercício midiático, é valor e capital, segundo o economista Amartya Sen⁵: “a liberdade de expressão é uma condição para o desenvolvimento social e econômico, já que a comunicação livre, aberta e transparente é necessária para assegurar que o desenvolvimento beneficie a todos”⁶.

⁵ SEN, Amartya. *Poverty and Famines: An Essay on Entitlement and Deprivation*. Oxford: Clarendon Press, 1981. p.12.

⁶ PUDDEPHATT, Andrew. *A Importância da Autorregulação da Mídia para a Defesa da Liberdade de Expressão*. Série Debates CI, nº9 Fevereiro. Brasília: UNESCO, 2011. p.9.

A ideia de centralidade da liberdade de expressão como direito e como ação em sociedade pode ser identificada com os direitos humanos de primeira geração⁷. A Declaração Universal dos Direitos Humanos (DUDH)⁸, aprovada pela Assembleia Geral das Nações Unidas (ONU) em 1948, estabeleceu a liberdade de expressão como fundamental. Mas a eficácia e o alcance desse direito, já em 1969, foram questionados por Jean D'Arcy, que apontava uma:

[...] insuficiência do art.19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos – onde estão previstas as liberdades individuais [...] chegaria o tempo em que o homem deveria reconhecer um direito mais importante que o de liberdade de expressão: o de comunicar⁹.

É preciso reconhecer que a questão da comunicação como um direito não surgiu no século XX, a liberdade inscrita como objetivo e meio de sua consecução é um traço identificador das revoluções europeias do século XVIII, desde filósofos seminais do pensamento político moderno, – Baruch Spinoza, Thomas Hobbes, John Locke e Jacques Rousseau, – chegando até a atualidade de autores contemporâneos como Antonio Negri e Michael Hardt. Todos os citados, de alguma forma, partem da liberdade de expressão como fundamento ao exercício pleno da liberdade e de soberania individual, como tanto se repete a partir de Spinoza: “não queremos ser governados, mas sim governar”¹⁰.

Sem negar a importância histórica das manifestações pela liberdade de expressão ao longo dos últimos 300 anos, a prática que aqui importa como

⁷ Convenciona-se localizar o surgimento dos direitos humanos como valores normativos ao pensamento revolucionário surgido nos séculos XVIII, na Europa e nos Estados Unidos. Já na Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão francesa, proclamada em 1789, o artigo 11 dispunha: “A livre comunicação das ideias e das opiniões é um dos mais preciosos direitos do homem; todo cidadão pode, portanto, falar, escrever, imprimir livremente, respondendo, todavia, pelos abusos desta liberdade nos termos previstos na lei.” (*La libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'Homme : tout Citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l'abus de cette liberté dans les cas déterminés par la Loi.*) Disponível em: <<http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/francais/la-constitution/la-constitution-du-4-octobre-1958/declaration-des-droits-de-l-homme-et-du-citoyen-de-1789.5076.html>>. Acesso em 12 de janeiro de 2012.

⁸ Disponível em: <http://portal.mj.gov.br/sedh/ct/legis_intern/ddh_bib_inter_universal.htm> Acesso em 12 de nov. de 2010.

⁹ BRITTOS, Valério Cruz; COLLAR, Marcelo Schmitz. Direito à comunicação e democratização no Brasil. In SARAIVA, Enrique J.; MARTINS, Paulo Emílio Matos; PIERANTI, Octavio Penna (orgs.). *Democracia e Regulação dos Meios de Comunicação de Massa*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008. p.74.

¹⁰ RODRIGUES, Walter A. “Poder e [Im]potência da Mídia: A Alegria dos Homens Tristes.” In BARROS FILHO, Clóvis de (org.). *Comunicação na Polis: Ensaio sobre Mídia e Política*. 2a ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002. p.218.

definidora do direito à comunicação surge no final do século XIX, em sinergia com a industrialização da produção humana e a expansão do livre comércio. Segundo Armand Mattelart:

Centrada de início na questão das redes físicas, e projetada no núcleo da ideologia do progresso, a noção de comunicação englobou, no final do século XIX, a gestão das multidões humanas. O pensamento da sociedade como organismo, como conjunto de órgãos desincumbindo-se de funções determinadas, inspira as primeiras concepções de uma 'ciência da comunicação'¹¹.

O direito à comunicação teve sua primeira formulação oficial no final dos anos sessenta, por Jean D'Arcy e Cee Hamelik¹², intelectuais, apoiados pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), reconhecidos como seus primeiros defensores. Considerava-se que o direito de comunicar seria uma atualização da liberdade de expressão em face de novas tecnologias e da centralidade da comunicação nas sociedades contemporâneas.

Em contraste com os defensores do direito à comunicação como uma norma positivada, como D'Arcy e Hamelink, posição defendida – ainda que não integralmente – também pela Unesco, que vem produzindo e financiando pesquisas sobre regulação e normatização do direito à comunicação¹³, há posicionamentos menos legalistas ou formais, mais principiologicamente liberais, tais como a organização não-governamental internacional *Article19*¹⁴, que defende a aplicação do DUDH como instrumento jurídico suficiente, criticando iniciativas de regulação tais como a campanha CRIS¹⁵. A *Article19* aponta a ambivalência do rigor na aplicação de uma norma que pretende garantir a liberdade de expressão e que pode, todavia, ter como efeito uma limitação ao próprio direito de expressão¹⁶. Seán Ó Sióchrú, diretor da CRIS, apresenta uma terceira via, por ele nominada “normativa-táctica”, que abre mão da intenção unificadora de codificação a ser definida normativamente, defendendo quatro eixos a serem concretizados: “a liberdade de expressão na esfera pública, o uso do

¹¹ MATTELART, Armand; MATTELART, Michelle. *História das Teorias da Comunicação*. São Paulo: Editora Loyola, 1995. p.13.

¹² BRITTOS; COLLAR, op. cit., p.78-79.

¹³ Disponível em: <<http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/>> Acesso em 12 de nov. de 2010.

¹⁴ Disponível em: <<http://www.article19.org/>> Acesso em 12 de nov. de 2010.

¹⁵ Disponível em: <<http://www.crisinfo.org/>>. Acesso em 12 de nov. de 2010.

¹⁶ BRITTOS; COLLAR, loc. cit.

conhecimento e do domínio público, o pleno exercício das liberdades civis (privacidade, associação) e o acesso equitativo às tecnologias de informação e comunicação”¹⁷.

Certamente a comunicação aqui mencionada passa pelo direito de cada cidadão de se manifestar, mas não se refere apenas a esta forma de comunicação. Deseja-se examinar o exercício do direito à comunicação como um centro – aqui interpretado em sua significação sociológica, “central” como aquele que possui alto grau de influência e de poder sobre as pessoas, instituições, valores e ideias. Afirmar a característica de centralidade de algo pressupõe que haja uma qualificação em contraparte, complementar, que se referiria ao “periférico, o marginal, o excluído”¹⁸. Pretende-se assumir como pressuposto de que a comunicação como ação, instituição e valor, ocupa um lugar central no Brasil, mesmo havendo um grande número de atores comunicativos periféricos e excluídos dos grandes meios de comunicação. E aqui especificamente pretende-se recortar a comunicação como “grande mídia”, esta definida como um sistema nacional de telecomunicações com alcance de massa. A centralidade da grande mídia, em especial a eletrônica – rádio, televisão e internet – se manifesta no poder de representação e construção da realidade simbólica e política:

[...] construção da realidade através da representação que faz dos diferentes aspectos da vida humana – das etnias (branco-negro), dos gêneros (masculino-feminino), das gerações (novo-velho), da estética (feio-bonito) etc. [...] e, em particular, da política e dos políticos. É, sobretudo através da grande mídia – em sua centralidade – que a política é construída simbolicamente, adquire um significado¹⁹.

Para Lima, e outros teóricos da comunicação e jornalismo, não se pode falar de política sem considerar o papel da grande mídia:

A política nos regimes democráticos é (ou deveria ser) uma atividade eminentemente pública e visível. É a grande mídia – e somente ela – que tem o poder de definir o que é público no mundo contemporâneo.

Na verdade, a própria ideia do que constitui um 'evento público' se transforma a partir da existência da grande mídia. Antes de seu desenvolvimento, um 'evento público' implicava compartilhamento de um lugar (espaço) comum; co-presença; visão audição, aparência visual, palavra falada; diálogo. Depois do

¹⁷BRITTOS; COLLAR, loc. cit.

¹⁸LIMA, Venício Artur de. *Regulação das Comunicações: História, Poder e Direitos*. São Paulo: Paulus, 2011. p.153.

¹⁹ LIMA (2011), loc. cit.

desenvolvimento da grande mídia, um evento para ser 'evento público' não está limitado à partilha de um lugar comum. O 'público' pode estar distante no tempo e no espaço. Dessa forma, a grande mídia suplementa a forma tradicional de constituição do 'público', mas também a estende, transforma e substitui²⁰.

O jornalista e deputado federal (PT - BA) Emiliano José faz uma pertinente provocação sobre o poder político da grande mídia brasileira, em especial sobre as produções jornalísticas:

o jornalismo brasileiro é um dos mais partidarizados do mundo. [...] por jornalismo brasileiro estou me referindo às famílias oligárquicas que controlam os meios de comunicação no país. Elas mantêm uma espécie de monopólio do discurso no Brasil²¹.

A luta pela concretização do direito à comunicação no Brasil compreende o acompanhamento e a investigação sobre o grau de democratização dos meios de comunicação, em especial os da grande mídia. A entidade civil Fórum Nacional pela Democratização das Comunicações, FNDC²², que congrega vários grupos da sociedade, profissionais de comunicação e pesquisadores, expressa taxativamente a dependência entre a democratização dos meios de comunicação e a democratização da sociedade:

O grau de democracia existente em uma sociedade pode ser medido de várias formas. Pelo funcionamento independente de suas instituições, pela existência de partidos políticos e eleições regulares, pela garantia de exercício dos direitos do cidadão, pela liberdade de expressão e de pensamento e muitas outras. Para muita gente, é o número de grupos que controlam as fontes de informação e os meios de comunicação e o papel que estes veículos e pessoas exercem sobre a política, a economia e a cultura de um País ou, mesmo, de uma cidade. Quanto maior for a concentração nas mãos de poucos, menor será a democracia para todos²³.

Complementamos esse exame da relação entre o poder político dos meios de comunicação e a democracia com a fala de um estudioso do tema da comunicação, Dominique Wolton. Para a reflexão que se pretendeu realizar ao longo dessa pesquisa ao mesmo tempo em que se desejava defender uma liberdade irrestrita para o exercício comunicativo, se reconhecia a impossibilidade da

²⁰ Ibid., p.155.

²¹ JOSÉ, Emiliano. *Jornalismo de Campanha e a Constituição de 1988*. Salvador: EDUFBA, 2010. p. 16.

²² Disponível em: <http://www.fndc.org.br/internas.php?p=internas&lay_key=5&cont_key=9>. Acesso em 12 de nov. de 2010.

²³ FNDC. Cartilha n.1. *Democratização da Comunicação – como domar essa tal de mídia?* 1ª edição. 2006. (p.4). Disponível em: <<http://www.fndc.org.br/arquivos/CartilhaFNDC.pdf>>. Acesso em 12 de nov. de 2010.

realização absoluta desse projeto. A comunicação entendida como um direito terá que enfrentar a proximidade e a influência das instituições privadas na vida pública, e é tarefa para o direito estabelecer os parâmetros para sua realização.

Não existe democracia sem comunicação, porque a mídia é a condição da igualdade de democracia para o cidadão, o lugar da discussão dos interesses políticos e, ao mesmo tempo, o pulso da democracia. O problema é que, hoje, a mídia está submetida a uma dupla influência muito forte: em primeira instância, à pressão econômica, através da concentração, e em segunda, à pressão dos políticos que querem controlar a mídia. O que agrava a situação, que já é complicada, é o fato que a elite dos jornalistas, ou a elite das empresas de comunicação, em geral, está muito próxima da classe dirigente. Seria necessário separar muito mais a mídia/comunicação do poder econômico e do poder político²⁴.

2.2

Comunicação – teorias e conceitos

2.2.1

A comunicação em teorias

Quaisquer trabalhos de pesquisa que pretendam abordar um direito têm por obrigação metodológica examinar uma mínima conceituação de seu objeto. Para a finalidade teórica que aqui nos interessa, buscou-se uma análise que privilegiasse mais do que a definição, uma reflexão sobre o conceito da comunicação. Segundo Dominique Wolton, trata-se de uma matéria interdisciplinar e não uma disciplina: “A comunicação é um campo de investigação que mobiliza nada menos que dez disciplinas: Antropologia, Linguística, Filosofia, Sociologia, Direito, Ciência Política, Psicologia, História, Economia, Psicossociologia”²⁵.

Além da multiplicidade de conhecimentos que são espontaneamente invocados quando se aborda a comunicação humana, a formulação de teorias é também, por si, mais que um objeto de conhecimento, é um processo investigativo, pois a comunicação, a mídia, o jornalismo, são categorias que

²⁴ FNDC. Entrevista Dominique Wolton *In Revista MídiaCom Democracia*. Janeiro, 2008, n° 8. p.5.

²⁵ WOLTON, Dominique. *Pensar a Comunicação*. Portugal, Alges: Difel, 1999. p.64.

adquirem significado e valor quando compreendidas em interação, reflexivamente. Examinar as relações constitutivas de uma atividade complexa como a comunicação demanda ultrapassar a mera descrição de sua atividade e finalidade. E sobre a complexidade conceitual, para uma pesquisa sobre o Brasil, segundo Venício Lima, não parece haver uma obra dedicada ao tema sob chave nacional²⁶.

Optou-se por privilegiar o pensamento de autores que se dedicam ao tema da teoria da comunicação fazendo uma abordagem desta como elemento constitutivo da organização social, tendo como objeto de estudo o conjunto de práticas surgido na modernidade, permitindo-nos aqui uma intencional supressão dos aspectos culturais da comunicação como livre expressão artística. A comunicação cujo exercício é o foco dessa pesquisa é a comunicação como ação e seus meios, conforme se dão contemporaneamente em escala maciça.

Partimos da apresentação dada por Wolton:

Que devemos entender por comunicação? Essencialmente quatro fenômenos complementares, que vão muito além do que entendemos por comunicação, identificada com os média. A comunicação é, em primeiro lugar, o ideal de expressão e de troca que está na origem da cultura ocidental e, consequentemente, da democracia. Pressupõe a existência de indivíduos livres e iguais. Adivinham-se as terríveis batalhas levadas a cabo desde o século XVII para estabelecer estes conceitos inseparáveis do conceito de modernização. É, também, o conjunto dos média de massas que, da imprensa, à rádio e à televisão transformaram consideravelmente, no espaço de um século, as relações entre a comunicação e a sociedade. É, igualmente, o conjunto das novas técnicas de comunicação que, a partir da informática, das telecomunicações, do audiovisual e da sua interrelação vêm, em menos de meio século, modificar as condições de troca mas, também, de poder a nível mundial. São, enfim, valores, símbolos e representações que organizam o funcionamento do espaço público das democracias de massas e, de maneira mais geral, da comunidade internacional através da informação, dos média das sondagens, da argumentação e da retórica. Quer dizer, tudo o que permite às colectividades representar-se, entrar em relação umas com as outras, e agir sobre o mundo²⁷.

Esta definição, ainda que aberta, se presta a nos localizar conceitualmente como pesquisadores sobre comunicação de massa. E uma breve busca na etimologia do termo já nos enriquece em sentidos simbólicos e semânticos. A origem da palavra comunicação é o termo latino *communicationem* que significa

²⁶LIMA, Venício Artur de. *Mídia: Teoria e Política*. 2ª ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.

²⁷ WOLTON (1999), op. cit., p.368.

“a ação de tornar comum”, radical no adjetivo *communis*, aquele que é “pertencente a todos ou a muitos”, e o verbo *comunicare*, de “comunicar, tornar comum”²⁸. E que nos:

[...] remete para a ideia de comunhão, de partilha. É o sentido que todos procuramos na comunicação. A laicização progressiva da palavra não mudará este significado a nível profundo. A comunicação é sempre a busca do outro e de uma partilha²⁹.

Segundo Wolton, teria havido no século XVI o surgimento de um sentido novo, oriundo dos desenvolvimentos tecnológicos de então, notadamente a invenção da prensa de tipos móveis, e a partir dessa inovação a comunicação adquire um sentido de transmissão e difusão, resultado da popularização da distribuição de impressos.

A despeito do interesse histórico pela expressão comunicativa através do tempo, a comunicação que nos é pertinente é a do presente, e a revolução que está em curso não é apenas comunicativa:

A revolução do século XXI não é a da informação, mas a da comunicação. Não é a da mensagem, mas a da relação. [...] Os receptores, destinatários da informação, complicam a comunicação. A informação esbarra no rosto do outro. Sonhava-se com a aldeia global. Estamos na torre de Babel³⁰.

Essa natureza relacional da comunicação em contrapartida à informação nos interessa:

Durante muito tempo as duas palavras foram sinônimas. Deixaram de sê-lo. Qualquer que seja o seu suporte, a informação permanece ligada à *mensagem*. Informar é produzir e distribuir mensagens o mais livremente possível. A comunicação, em contrapartida, supõe um processo de apropriação. É uma *relação* entre o emissor, a mensagem e o receptor. Comunicar, portanto, não é apenas produzir informação e distribuí-la, é também estar atento às condições em que o receptor a recebe, aceita, recusa, remodela, em função de seu horizonte cultural, político e filosófico, e como responde a ela³¹.

²⁸ LIMA (2004), op. cit.

²⁹ WOLTON (1999), op. cit., p.29.

³⁰ WOLTON, Dominique. *Informar Não é Comunicar*. Porto Alegre: Sulina, 2010. p.15.

³¹ WOLTON, Dominique. *É Preciso Salvar a Comunicação*. São Paulo: Paulus, 2006. p.16.

Não apenas como matriz conceitual, uma vez que a comunicação matéria do direito carrega em si própria uma relevância relacional, pois será sempre ao outro, à alteridade, que vamos nos referir e buscar no ato comunicativo. “Comunicar é ser livre, mas é, sobretudo, reconhecer o outro como seu igual”³², a comunicação como meio de conhecimento e reconhecimento. Mas não por isso se dispensa a informação como um direito e um valor por si, todavia optou-se por transformá-la em elemento, aqui na definição que Norbert Wiener, “um dos pais da cibernética”, dispõe: “A informação nem é massa nem energia; a informação é informação' [...] a informação é a essência das novas tecnologias de produção. A definição dessa terceira dimensão da matéria é em tudo tautológica: 'informação é informação’”³³.

A comunicação é a senha para um entendimento do mundo hiperconectado da atualidade, mas esse acesso aparentemente ilimitado proporcionado pelas novas tecnologias e ferramentas comunicacionais, em especial a telefonia móvel e a internet, produzem uma contradição: o afastamento entre o conhecer e o agir. O homem médio atual:

O cidadão ocidental é [...] um anão em matéria de ação e um gigante em matéria de informação [...] em meio século, alargou consideravelmente a sua percepção do mundo, sem poder alargar, proporcionalmente, a sua capacidade de ação³⁴.

Será oportunamente mencionada uma nova “virada linguística” que reformula as práticas de produção e dinâmicas econômicas, hoje cambiáveis e flexíveis, vinculadas à transmissão e produção de conteúdo, uma nova concepção de capitalismo, denominado cognitivo.

E a essencialidade da linguagem como definidora do sujeito contemporâneo vai além, angaria valor como:

[...] um bem mais universal do que os seus direitos inscritos na Constituição. A diferença consiste no fato de que a universalidade dos direitos, como o da paridade, é puramente formal e, como tal, deve acertar as contas com a realidade das relações de poder no cotidiano, no trabalho ou em casa. O direito formal se afasta bem depressa das pessoas quando desce até o universo do trabalho e das relações diretas, privadas, entre homem e mulher. A linguagem, ao contrário, tem

³²Ibid., p.26-27.

³³MARAZZI, Christian. *O Lugar das Meias – a Virada Linguística da Economia e seus Efeitos sobre a Política*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2009. p.91.

³⁴WOLTON (1999), op.cit., p.139.

essa característica peculiar com relação aos direitos formais: de natureza pública e universal também (como os direitos constitucionais), não se afasta das pessoas, mas “transcende” cada vez mais a realidade das relações de força pessoais. Trata-se de um expediente imanente ao qual se pode ter acesso para redefinir constantemente a própria identidade e diferença em relação ao outro que comanda. A linguagem é esse “lugar” em que se pode conjugar melhor o eu e o nós, o singular e o coletivo, o privado e o público³⁵.

Sendo a comunicação esse *locus* de interseção entre o eu e o outro, assume-se que esta seja entendida como a comunicação social sempre mediada, seja ela eletrônica, audiovisual, telefônica, transmissão de dados etc³⁶. Nos termos da Constituição Federal, a comunicação social refere-se ao rádio e à televisão, incluindo novos meios derivados da tecnologia digital de transmissão de sinais. Todavia, o texto constitucional abriga uma definição para comunicação social mais abrangente e simbolicamente rica: a comunicação como “a manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação sob qualquer forma, processo ou veículo”, (artigo 220).

É sobre a comunicação social compreendida como bem comum que se fundamenta a natureza de serviço público conferida ao direito constitucional da comunicação. A despeito da dificuldade em se perceber essa característica essencialmente republicana que os serviços de comunicação de massa possuem, especialmente os oriundos de concessões públicas, a proposta é trazer para o debate essa percepção da matriz coletiva do direito à comunicação. Um professor de teoria da comunicação argentino, Guillermo Mastrini, fez a seguinte reflexão:

se fosse feita uma pesquisa sobre: quais são os serviços públicos? A resposta que os cidadãos latino-americanos dariam, sem hesitar, seria: água, luz, gás, telefone. Na América Latina, diferentemente da maior parte do mundo, os meios de comunicação e em particular, os serviços de comunicação audiovisual não se mostram, nem conceitualmente, nem concretamente envolvidos no direito civil-cidadão de contar-se com os meios públicos para ser por eles representados³⁷.

³⁵MARAZZI (2009), op. cit., p.89.

³⁶PAULINO, Fernando Oliveira. “Comunicação e Responsabilidade Social: Modelos, Propostas e Perspectivas”. In RAMOS, Murilo César; SANTOS, Suzy dos. *Políticas de Comunicação – Buscas Teóricas e Práticas*. São Paulo: Paulus, 2007.

³⁷MASTRINI, Guillermo. *Medios públicos y derecho a la comunicación: una aproximación desde América Latina*. Disponível em: <http://www.portalcomunicacion.com/lecciones.asp?aut=76>> Acesso em 5 de out. de 2011. “Es muy probable que al enfrentar una encuesta sobre cuáles son los servicios públicos, los ciudadanos latinoamericanos responder sin lugar a dudas: La luz, El agua, El gas y El telefono. En Latinoamérica a diferencia de La mayor parte del resto del mundo, los medios de comunicación y en particular los servicios de comunicación audiovisual no

O direito à comunicação deve ser compreendido e interpretado à luz da repercussão política de sua atividade:

A era da chamada sociedade da informação é também a da produção de estados mentais. É preciso pensar de maneira diferente [...] a questão da liberdade e da democracia. A liberdade política não pode se resumir no direito de exercer a própria vontade. Ela reside igualmente no direito de dominar o processo de formação dessa vontade³⁸.

Essa compreensão envolverá analisar o ambiente tecnológico mas também o político, observando criticamente a desproporção e desigualdade no acesso e no fluxo de dados em diferentes países. Esse ponto de vista crítico surge no final dos anos sessenta como “questionamento sobre o desequilíbrio dos fluxos de informação e produtos culturais entre os países situados de um lado e de outro da linha demarcatória do 'desenvolvimento’”³⁹. Concorde-se que “nos dias de hoje, mais do que nunca, a liberdade dos meios de informação não deve ser confundida com liberdade política de opinião. Esta última significa a possibilidade real de cada um falar e ser ouvido”⁴⁰. Construção teórica de Muniz Sodré, que a despeito de ter sido formulada em 1977, ainda permanece atual:

O *mito da informação* encobre o essencial, que é a atividade prática, o trabalho concreto. Na realidade, as pessoas são informadas para que não busquem a informação. Da mesma forma, as pessoas são condenadas a *apenas ouvir*, para que não falem. Ao relacionar-se com um ouvinte abstrato (ou seja, o receptor, abstração comparável ao *homo economicus* da Economia clássica), o *medium* rouba a palavra do indivíduo, (apropriação da possibilidade simbólica de resposta) e lhe devolve um discurso sobre a palavra⁴¹.

Esta concepção de que a comunicação é mais absorver que propagar, mais receber do que dar, é, de certa forma, derivada de uma simplificação vulgar do conceito de democracia na Grécia clássica. Atualizar a ágora ateniense modernizando sua prática e enfatizando a fala em detrimento de seu ato, seu objetivo e seus interlocutores, desvirtuando seu valor original, “o que constitui uma democracia é exatamente a possibilidade de que todos tenham voz, mas uma

aparecem, mi conceptual ni prácticamente, involucrados al derecho ciudadano de contar con medios públicos que representen al conjunto de la sociedad.”

³⁸ MATTELART; MATTELART, op. cit., p.191.

³⁹ Ibid., p.113.

⁴⁰ SODRÉ, Muniz. *O Monopólio da Fala. (Função e Linguagem da Televisão no Brasil)*. 4ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1977. p.34.

⁴¹ Ibid., p.49.

voz que tenha valor, que seja ouvida, que seja levada em conta na hora da decisão”⁴².

Além de uma negação do receptor como autor e intérprete, a natureza relacional da comunicação é facilmente mistificada.

Acreditou-se durante muito tempo que os média não favoreciam a comunicação porque o espectador não podia responder. Sabemos hoje, pelas investigações feitas, que o espectador responde, mas mais tarde, noutros lugares, de outro modo⁴³.

Mesmo porque “a cultura veicula visões do mundo, a comunicação, visões da relação com o outro”⁴⁴. A influência do que se comunica sobre a construção da cidadania é um reflexo da questão do olhar sobre o outro:

Durante séculos, do século XVII ao XX, e não somente na ordem política, mas também na ordem social, cultural, religiosa, estética, a questão não foi 'o outro', mas a conquista, difícil, do *sujeito* e de sua liberdade de expressão. Ter o direito de pensar e de dizer. Conseguir a liberdade de opinião e de palavra. Tudo isso é hoje tão natural, que nos esquecemos, salvo quando viajamos ao centro de ditaduras, de quanto essas aquisições foram difíceis. Com o século XXI, o problema principal se torna a questão *do outro*. Como coabitar com esse outro, o igual a mim, em minha vida privada, pública, na sociedade, no Estado-nação, no mundo? Como coabitar com esse outro *visível* e de quem tantas coisas me separam? Como coabitar, isto é, como dar importância à sua existência, à sua identidade e à sua alteridade?⁴⁵

É preciso, contudo, matizar os efeitos da comunicação de massa, não admitindo como absolutos e determinantes os fatores decisórios motivados pelos seus meios. Segundo Mattelart e Mattelart, a “inibição do pensamento na massa” já era criticada por Sigmund Freud:

[...] critica o que chama de 'tirania da sugestão', como explicação 'mágica' da transformação do indivíduo. Para esclarecer a 'essência da alma das massas', recorre ao conceito de libido, testado por ele no estudo das psiconeuroses. 'Se o indivíduo isolado na multidão abandona sua singularidade e se deixa suggestionar pelos outros, fá-lo porque nele existe a necessidade de estar de acordo com eles, mais do que em oposição, fazendo-o pois talvez, afinal de contas, por amor a eles'⁴⁶.

⁴²KUCINSKI, Bernardo; LIMA, Venício Artur de. *Diálogos da Perplexidade: Reflexões Críticas sobre a Mídia*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2009. p.35.

⁴³WOLTON (1999), op. cit., p.49.

⁴⁴WOLTON (2006), op. cit., p.128.

⁴⁵Ibid., p.219.

⁴⁶MATTELART; MATTELART, op. cit., p.26.

2.2.2

As (r)evoluções do direito à comunicação

O conceito de direito à comunicação é relativamente recente, as primeiras menções específicas datam do final dos anos sessenta⁴⁷. Refazendo a história de forma propositalmente superficial, podemos admitir o final do século XVIII como um marco inaugural da comunicação à distância, quando em 1793 surge o telégrafo ótico⁴⁸. Além do fator militar, houve uma revolução da circulação comunicativa em sinergia com a industrialização na Europa; ao mesmo tempo em que se organizava o trabalho de massa nas fábricas, desenvolvia-se um sistema de distribuição de notícias. A livre circulação de mercadorias aliada ao desenvolvimento de superestruturas de produção são o caldo de cultura que engendrará o surgimento dos primeiros órgãos de imprensa de grande alcance. Nesse momento histórico, a liberdade de comunicação ainda não é identificada em si. A liberdade de opinião e de informação era direitos vinculados à liberdade de expressão, aqui compreendida mais em sua esfera individual, identificável ao ideário liberal da economia de John Stuart Mill (1806-1873) e o “livre mercado de ideias”⁴⁹.

Compreendemos o direito de comunicar como uma ideia e um ideal⁵⁰, um conceito e um objetivo a ser alcançado, e a falta de uma formulação objetiva ou: “de uma afirmação desse direito se deve [...] ao fato de ele ser considerado evidente por si mesmo. A exemplo do direito de existir, considera-se o direito de comunicar tão fundamental que não há necessidade de ele ser declarado”⁵¹.

O direito de comunicar também pode ser visto como um núcleo essencial de uma série de “liberdades inter-relacionadas na área de comunicações. Em volta dele estariam a liberdade de opinião, a liberdade de expressão e a liberdade de

⁴⁷ BRITTOS; COLLAR, op.cit.,p.72.

⁴⁸ MATTELART; MATTELART, op. cit.,p.13.

⁴⁹ Dito brevemente, o conceito de livre mercado de ideias é uma metáfora do mercado liberal aplicada ao debate público de ideias, tendo como finalidade uma busca da verdade, que somente seria possível mediante a livre expressão de diferentes pontos de vista. MACHADO, op. cit., p. 248.

⁵⁰ FISCHER, Desmond. *O Direito de Comunicar – Expressão, Informação e Liberdade*. São Paulo: Brasiliense, 1984. p.9.

⁵¹ Ibid., p.10.

informação”⁵². O mesmo autor considera que as liberdades de opinião, expressão e informação seriam como secundárias, “exercidas por várias expressões práticas – a liberdade de imprensa, a ausência de censura, a independência de radiodifusão, o direito dos jornalistas de protegerem suas fontes, o direito de acesso à informação, e assim por diante”⁵³.

Essa concepção que diferencia o direito de comunicar como direito humano básico⁵⁴ das liberdades secundárias acima mencionadas se presta a sustentar que as liberdades se concretizam em meio a restrições e limitações, e o direito de comunicar, mais amplo e mais geral, seria por isso um conceito mais forte. Hindley não está defendendo vários direitos distintos, mas um mesmo direito sob diferentes formas:

- a) *Um direito universal de comunicar*: um direito humano geral, abrangente, culturalmente justo, válido em todas as sociedades e em todos os níveis e encarado como uma meta a longo prazo.
- b) *Direitos específicos de comunicação*: um conjunto de direitos capaz de ser definido, e sobre o qual se possa trabalhar e que propicie um embasamento para exame técnico de suposições e de aplicação prática de um direito geral.
- c) *Responsabilidades de comunicação*: os direitos não podem ser exercidos sem fazermos referencia a seus efeitos sobre os outros... Os direitos precisam ser conjugados com responsabilidades: aqueles que exercitam os direitos de comunicação têm de prestar contas à sociedade por suas ações, à luz do bem comum.
- d) *Questões de comunicação*: Em toda sociedade uma série de problemas e possibilidade de comunicação estará sob contínua revisão, revisão essa preocupada com processos, políticas, atividades, recursos, estruturas, legislação, etc., em quatro níveis diferentes, incluindo o Estado, a comunidade, o nível individual e o institucional⁵⁵. (grifo do autor)

A Jean D’Arcy é creditada a primeira menção e problematização do direito à comunicação. Em 1969, D’Arcy então Diretor dos Serviços Visuais e de Rádio no Escritório de Informação Pública da ONU (*United Nations Office of Public Information*), disse:

Virá o tempo em que a Declaração Universal dos Direitos Humanos terá de abarcar um direito mais amplo que o direito humano à informação, estabelecido

⁵²HINDLEY, Henry. “A Right to Communicate? A Canadian Approach”. *Evolving Perspectives*. p.110-127. p.51.

⁵³HINDLEY, loc. cit.

⁵⁴HINDLEY, op. cit., p.52.

⁵⁵Disponível em :<<http://unesdoc.unesco.org/images/0005/000503/050335eo.pdf>>. Acesso em 2 de outubro de 2011.

pela primeira vez vinte e um anos atrás no artigo 19. Trata-se do direito do homem de se comunicar⁵⁶.

Esta será a chave sob a qual o futuro do direito à comunicação deverá ser considerado para se compreendido integralmente. E um possível rol de conteúdos compreenderia: 1) O direito de falar; 2) O direito de ser ouvido; 3) O direito a uma resposta; 4) O direito de replicar; 5) O direito de ouvir; 6) O direito de ver; 7) O direito de ser visto; 8) O direito de alguém se expressar por escrito ou mediante a palavra impressa; 9) O direito de alguém se expressar por meio de uma forma de arte; 10) O direito de selecionar (ou 'direito de não se comunicar', o qual é favorecido por outros escritores como uma expressão do direito das pessoas à privacidade ou 'direito de não ser informado')⁵⁷.

A Unesco elaborou um quadro de referenciais a serem observados na apreciação do direito à comunicação, são os Quatro Pilares da Comunicação:

- 1) Comunicação na Esfera Pública, que compreende o papel que da comunicação e da mídia no exercício de participação política democrática na sociedade.
- 2) Comunicação e Conhecimento, que se refere aos termos e meios pelos quais o conhecimento gerado numa sociedade é comunicado, ou bloqueado, em seu uso e fruição por diferentes grupos.
- 3) Direitos Civis em Comunicação, referindo-se ao exercício dos direitos civis relativos aos processos de comunicação na sociedade.
- 4) Direitos Culturais em Comunicação, sobre diferentes formas de comunicação em diversas culturas, sob diferentes formas e identidades nos níveis individual e social⁵⁸.

Pode-se observar que, apesar de as diferentes classificações projetarem expectativas variadas sobre o direito à comunicação, há em comum uma atenção à diversidade e pluralidade de discursos como objetivo. O Cettem, Centro de Telecomunicações para o Terceiro Mundo, identificou cinco obstáculos econômicos para o uso das telecomunicações com vistas ao desenvolvimento social, econômico e cultural do Terceiro Mundo, descrevendo a atual estrutura e os atuais sistemas como: injustos, não-igualitários, ineficientes e não-pluralísticos;

⁵⁶FISCHER, op. cit., p.27-28.

⁵⁷Ibid.p. 44.

⁵⁸SIOCHRU, Seán Ó. *Assessing Communication Rights: a Handbook*. 2005. p.40-41. Disponível em: <<http://centreforcommunicationrights.org/images/stories/database/tools/cris-manual-en.pdf>> Acesso em 10 de out. de 2011.

Injustos, porque a estrutura de telecomunicações parece ser um trunfo privilegiado de uns poucos países em vez de ser um direito inato na maioria.

Não-igualitários, porque a quantidade e o fluxo de conteúdo via sistemas de telecomunicações está pesadamente direcionada a favor de uns poucos países. Os países do Terceiro Mundo são, esmagadoramente, antes receptores do que geradores de conteúdo.

Não-participativos, porque os países e os usuários do Terceiro Mundo virtualmente não tem controle sobre o planejamento, administração e programação dos sistemas de telecomunicações. As decisões concernentes ao investimento quanto aos tipos de tecnologias de telecomunicações ignoram as necessidades e condições básicas dos pequenos países e são determinadas pelo típico grande usuário dos países ricos.

Ineficientes, porque normalmente as tecnologias disponíveis não incorporam mecanismos de *feedback*. Por conseguinte, sem diálogo, diminui a qualidade do conteúdo educacional, informativo e cultural.

Não-pluralísticos, dados que a dependência para com umas poucas tecnologias limita a quantidade e o número de opções de informação, educacionais e culturais, independente de quaisquer restrições política ou ideológicas que possam existir⁵⁹.

Uma distinção a ser feita, ainda que resumidamente, é entre mídia e comunicação de massa. Mídiaseria o “conjunto de instituições que utilizam tecnologias específicas para produzir a comunicação humana. Vai sempre implicar a existência de um aparato técnico, tecnológico, intermediando a comunicação”⁶⁰. Isto por haver frequentemente uma identificação dos meios de comunicação com o titular do direito à comunicação, e nesse, a mídia é vulgarmente identificada como o principal agente comunicativo. Não nos parece ter sido essa identificação desejada pelo dispositivo da DUDH. Nas palavras do professor Nordenstreng:

o sujeito dos direitos humanos e das liberdades fundamentais não é uma instituição chamada imprensa ou a mídia, mas um ser humano individual [...] a frase 'liberdade de imprensa é enganosa na medida em que ela inclui uma ideia ilusória de que o privilégio dos direitos humanos é estendido à mídia, seus proprietários e seus gerentes, ao invés de ao povo, para expressar sua voz através da mídia [...] nada no artigo 19 sugere que a instituição da imprensa tem qualquer direito de propriedade sobre esta liberdade⁶¹.

⁵⁹CETTEM, São José da Costa Rica, Ano I, n.1, 1980, p.1. p.88.

⁶⁰LIMA, Venício Artur de. *Mídia: Crise Política e Poder no Brasil*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006. p.53.

⁶¹NORDENSTRENG, Kaarle. “Myths about press freedom”. In *Brazilian Journalism Research*; vol.3, n.1, 2007. (revista digital). p.25. Disponível em:

<http://www.uta.fi/laitokset/tiedotus/laitos/myths_about_press_freedom.pdf>. Acesso em 19 de mai. de 2011.

Indo além, a mídia eletrônica, em especial a radiodifusão, deveria ser considerada uma categoria de serviço público, pois a radiodifusão é uma concessão pública, outorgada pela União em nome do povo. O interesse a determinar quais deveriam ser públicos e não apenas interesses de mercado ou políticos⁶².

Em relatório de 2010 produzido pela Unesco, foi apresentado um rol de definições que traduzem direitos e responsabilidades para a Mídia, dispondo que esta deveria buscar ser:

- um canal de informações e educação pelo qual os cidadãos e as cidadãs podem comunicar-se entre si um difusor de matérias, ideias e informações
- um corretivo para a assimetria natural da informação entre governantes e governados e entre agentes privados concorrentes
- um mediador do debate bem fundamentado entre diversos atores sociais, estimulando a resolução de conflitos por meios democráticos
- um meio para o autoconhecimento da sociedade e para a construção de um espírito de comunidade; um meio que molda a compreensão de valores, costumes e tradições
- um veículo para a expressão cultural e coesão cultural dentro e entre as nações
- uma entidade de fiscalização do governo em todas as suas formas, promovendo a transparência na vida pública e o escrutínio público dos detentores do poder por meio da exposição da corrupção, da improbidade administrativa e dos crimes da iniciativa privada
- um instrumento para aumentar a eficiência econômica
- um mediador essencial do processo democrático e um dos garantidores de eleições livres e justas
- um legítimo defensor e ator social, respeitando valores pluralistas É igualmente evidente que, por vezes, a mídia pode prestar-se para reforçar o poder de interesses particulares e exacerbar desigualdades sociais, ao excluir vozes críticas ou marginalizadas. A mídia pode até promover o conflito e a segregação social⁶³.

A questão da neutralidade dos meios de comunicação é um dos pontos chave a serem analisados criticamente, pois “sem os direitos da comunicação, a liberdade de expressão pode privilegiar os poderosos. Com eles, atinge seu potencial integralmente”⁶⁴.

⁶²LIMA, Venício Artur de. *Liberdade de Expressão x Liberdade de imprensa: Direito à comunicação e Democracia*. São Paulo: Editora Publisher Brasil, 2010.

⁶³ UNESCO. *Indicadores de Desenvolvimento de Mídia: Marco para a Avaliação do Desenvolvimento dos Meios de Comunicação*. Brasília: UNESCO, 2010. p.3.

⁶⁴ Ó SIOCHRU, Seán.op. cit.

A título de ilustração no âmbito regulatório, vale examinar o Código de Ética dos Jornalistas, que não só não possui nenhum poder coercitivo real, é instrumento normativo produzido por e para a própria categoria profissional, como são regras aplicáveis apenas aos jornalistas, mas não aos donos de jornais. Aqui o artigo 3º: O exercício da profissão de jornalista é uma atividade de natureza social, estando sempre subordinado ao presente Código de Ética”⁶⁵. O código mostra, ainda que apenas simbolicamente, como o exercício do jornalismo é realizado por e para a sociedade. Mas, como já destacado, o código é para jornalistas, não para donos de jornais.

Outra referência ilustrativa da mídia como ente que deve responder à sociedade são os MARS (*Media Accountability Systems*) ou meios para assegurar a responsabilidade social da mídia. O conceito, desenvolvido por Claude-Jean Bertrand, e citado por Paulino, é absolutamente distinto da censura ou autocensura jornalísticas, definindo-se aqui, brevemente, a censura como proibição prévia de conteúdo e autocensura como omissão de conteúdo, independentemente da motivação. A finalidade dos MARS decorreria de uma:

irreversível mediatização do espaço público nas sociedades contemporâneas que originou a necessidade de inventar mecanismos' tendo em vista 'ajudarem a respeitar a deontologia, manter a confiança do público, defender a respectiva liberdade contra as ameaças dos poderes constituídos e do mercado'⁶⁶.

E entre seus exemplos se encontrariam experiências tais como: “colunas de correção de erros, seções de cartas dos leitores, colunas de *Ombudsman* (provedor dos leitores) nos jornais, revistas de jornalismo, observatórios de imprensa e códigos de ética dos veículos”⁶⁷. Segundo a *Organization of News Ombudsman* (ONO)⁶⁸, pelos menos 60 jornais no mundo todo possuem uma figura de ombudsman.

⁶⁵ Código de ética dos jornalistas brasileiros. Disponível em: <http://www.fenaj.org.br/http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf> Acesso em 8 de set. de 2011.

⁶⁶ PAULINO (2007), op. cit., p.189.

⁶⁷ Ibid., p.190/191.

⁶⁸ Conteúdo disponível em: <<http://www.newsombudsmen.org/what.htm>>. Acesso em 5 de set. de 2011.

Que as empresas e conglomerados de mídia se autorregulem é não apenas confortável como pouco efetivo. Reitera-se: não é o empresário da comunicação o sujeito do direito à comunicação, mas é toda a sociedade. Por tratar-se de um conceito humanitário e democrático, a comunicação somente pode:

aparecer e progredir *após* a vitória dos dois primeiros ideais de liberdade e de igualdade. Comunicar é reconhecer que os seres são livres e iguais, e que a relação autêntica fundamenta suas trocas com essa descoberta, ontem individual e hoje mundial, de que a comunicação raramente tem sucesso, obrigando, com muita frequência, a organizar coabitação. É nisso que *a questão da comunicação é ontológica, antropológica, política, bem antes de ser técnica e econômica*. Todo o desafio deste começo do século XXI é, pois, o de reavaliar esse conceito, de livrá-lo da dominação técnica e econômica na qual ele está hoje, para fazer com que reencontre suas dimensões antropológicas e políticas⁶⁹.(grifo nosso)

E retomando a abordagem de Hindley:

Surge a pergunta: que deve fazer o Estado? Dupla é a resposta. O primeiro passo é que cada Estado reconheça a existência e a validade do conceito do direito de comunicar. [...] o Estado deve reconhecer que a comunicação é uma *necessidade* humana fundamental, necessária ao indivíduo para o desenvolvimento de seu pleno potencial humano e, portanto, um *direito* humano fundamental. O segundo estágio é que o Estado corporifique numa lei nacional as liberdades englobadas no direito de comunicar – liberdade de opinião, de expressão e de informação – e que reconheça na prática os direitos que, por sua vez, decorrem dessas liberdades – livre fala, liberdade de imprensa, independência de radiodifusão [...] ⁷⁰.

Esta é a fala que ansiamos por ouvir, uma resposta do poder público sobre seu papel no âmbito da comunicação e suas responsabilidades na condução de políticas públicas que sejam democráticas na prática, para além do texto constitucional, melhor dizendo, concretizando-o.

2.3

Comunicação – normas e documentos internacionais

Pode-se localizar historicamente a positivação inicial do direito humano da liberdade de expressão contemporâneo na DUDH, compreendendo tanto o direito a se expressar com o de ter acesso à informação. Deve-se mencionar um ambiente

⁶⁹ WOLTON (2006), op. cit., p.220.

⁷⁰ HINDLEY, op. cit., p.68.

mediático após a segunda guerra no qual era “praticamente impossível distinguir informação de propaganda”⁷¹. Havia uma justificada preocupação em tratar o acesso à comunicação de forma passiva, como direito a receber informação, reconhecendo, ainda que indiretamente, o poder contido na posse de dados. É da sabedoria popular o brocardo que diz que quem tudo sabe tudo pode, a onisciência é associada a poderes divinos e não é por acaso que gozam de grande força simbólica sujeitos que detêm algum tipo de poder midiático, seja artista, intelectual ou jornalista conhecido, bastando ocupar um espaço de grande projeção. Contar uma história da civilização é contar uma “historia da manifestação humana, fala, escrita, imprensa, rádio, telegrafo, televisão...”⁷².

Pretende-se nesse tópico apresentar um resumo dos principais documentos internacionais e plataformas intergovernamentais em matéria de direito à comunicação que se seguiram à DUDH.

Desmond Fischer⁷³, em obra sobre o direito à comunicação, aponta fatores e razões para que a mera determinação legal do direito à liberdade de expressão nas normas constitucionais promulgadas após a DUDH não tenha sido suficientemente forte para a garantia a que se propunham os textos constitucionais, e mesmo sua incorporação as normas e acordos internacionais se mostraram insuficientes. Segundo Fischer, tal limitação se deveria a uma compreensão limitada do valor da expressão, o ato de comunicar é conduta essencial em sua dimensão individual, tanto para a realização psíquica e como para a social, todavia há que se perceber e examinar a interdependência entre as diversas formas de manifestação possíveis. Além da esfera individual, Fischer também cita uma crescente interdependência midiática em escala global influente no desenvolvimento econômico e social. A desproporção no que se denominou “fluxo de informações” reflete as desigualdades econômicas. Falar sobre a liberdade de comunicação é ir além, como já mencionado, da mera liberdade individual de comunicar: é também falar sobre o acesso a fontes de informação múltiplas e diversificadas.

⁷¹ FISCHER, op. cit., p.28-29.

⁷² Ibid., p.18-19.

⁷³ Ibid.

Os grandes conglomerados empresariais de mídia concentram não somente meios de comunicação de massa como administram financiamentos de pesquisas universitárias, administram fundações culturais entre outras atividades ligadas à cultura. Sem mencionar os financiamentos de campanhas políticas, o que, ao menos nos Estados Unidos, é feito abertamente. Manuel Castells aponta em seu mais recente livro esta correlação entre alguns gigantes da mídia mundial: – Time Warner, Disney, Viacom, Bertelsmann, CBS, NBC, Google, Microsoft e Apple – com diferentes instituições de ensino, fundações e museus⁷⁴.

2.3.1

Comissão Hutchinse a responsabilidade social da imprensa(1942 – 1947)

Esta comissão foi criada em 1942 pela iniciativa de grupos empresariais da área jornalística, e financiada pelo grupo Time Life e pela Enciclopédia Britânica, que tinham como meta formal examinar e definir os objetivos e funções da mídia na sociedade. Foi presidida pelo então reitor da Universidade de Chicago, Robert Hutchins, e era composta por 13 personalidades do mundo empresarial e acadêmico.

Seu surgimento se afinava com um olhar que identificava no mundo moderno uma configuração multifacetada e polifônica muito distinta da sociedade e da estrutura de mercado da época liberal clássica e seu ideário de livre mercado de ideias – onde cada indivíduo deveria poder se expressar livremente e este direito era suficiente. Os anos 40 apresentavam uma configuração de produção em larga escala. Nessa época se formavam grandes grupos de mídia e houve o surgimento de redes de radiodifusão nacionais e internacionais. Todos esses

⁷⁴CASTELLS, Manuel. *Communication Power*. Oxford: University Press, 2009. p.433/443. E complementando a fonte bibliográfica, há um recurso eletrônico de pesquisa no sítio “*Who Owns What*”, publicado pela *Columbia Journalism Review*, que disponibiliza informações sobre todas as principais empresas de comunicação mundiais. Disponível em: <http://www.cjr.org/resources/index.php>, acesso em dez. de 2011.

fatores trouxeram perspectivas de alcance e efeitos para a comunicação até então inéditas⁷⁵.

O relatório Hutchins estabeleceu os parâmetros iniciais de crítica à atividade jornalística, lançando uma teoria da responsabilidade social da empresa jornalística, e pode ser considerado como o instrumento responsável pela mudança de paradigma no exercício do jornalismo: da liberdade de imprensa à responsabilidade da imprensa⁷⁶.

A teoria da responsabilidade social da empresa, resumidamente falando, foi uma abordagem crítica aplicada às empresas americanas após a Segunda Guerra, que as enquadrava cobrando não apenas resultados, mas lisura e equidade na condução da sua produção. É um enfoque legatário do pensamento utilitarista inglês e americano do final do século XIX, que atualizou criticamente o ideário da revolução industrial, que reconhecia o crescimento como independente de seus custos sociais. A responsabilidade social aqui deve ser entendida como uma crença individualista de que qualquer indivíduo que goze de liberdade de ação e escolha deverá arcar com certas obrigações decorrentes de sua liberdade.

A mídia, nesse caso, deveria servir ao sistema econômico e buscar a obtenção de lucro, subordinando, todavia, suas funções à promoção do processo democrático e à informação do público.

A proposição de tratar as instituições de comunicação com empresas que teriam de prestar contas à sociedade foi abertamente criticada pelos grandes empresários de mídia. Entre outros argumentos, se defendia que cobrar da imprensa uma responsabilidade social seria, quando muito, desnecessário, e que para atingir a excelência em sua atividade, a imprensa e meios de comunicação deveriam poder exercer suas atividades de forma absolutamente livre.

⁷⁵LIMA (2010), op. cit.

⁷⁶O que nos remete, de certa forma, à realidade brasileira. Convivemos até os dias atuais com a miopia dos grandes grupos de mídia que se recusam a abandonar o paradigma liberal, crendo-se os legítimos titulares do direito à comunicação, e situando-se, de certa forma, como anteriores ao relatório da comissão Hutchins.

A insuficiência⁸² da concepção de liberdade de opinião e expressão contida na DUDH passa a ser objeto de discussão na Unesco enfatizando que a matéria do art.19 “ressalta mais o conteúdo da comunicação do que o processo de comunicação e sugere um fluxo unidirecional do transmissor ao receptor da comunicação”⁸³. O direito de comunicar ofereceria uma concepção mais abrangente, incluindo “toda pessoa humana como ser comunicante”, e também os meios para concretizar-se⁸⁴. O artigo de Jean D’Arcy, aqui já mencionado, foi o primeiro a especificar o direito à comunicação, mas “muitas das pessoas que já estavam engajadas nos estudos e debates da ONU [...] reacearam que a introdução do novo conceito confundiria e procrastinaria suas deliberações”⁸⁵. Ainda assim, este e mais dois artigos sobre o tema tiveram repercussão e acabaram por influenciar a *Canadian Telecom Mission Studies* que veio a produzir o relatório *Instant World*, relacionando “a liberdade de conhecimento e a liberdade de fala como estando entre os mais valorizados privilégios de uma sociedade democrática”⁸⁶.

Jean D’Arcy era membro do *International Broadcast Institute*, na época, *International Institute of Communications*, que em 1973 teve como tema de seu encontro anual: *Man and the Right to Communicate*. Consta que dentre os temas debatidos, uma das mais relevantes discussões teria sido sobre “onde localizar o direito – no indivíduo ou na comunidade (sociedade, região ou nação), da qual ele ou ela fazia parte”⁸⁷.

2.3.3

Plataformas Unesco: Nomic e Comissão MacBride (1970 –1990)

Em 1978, a Conferência Geral da Unesco promulga em Paris uma “Declaração sobre os Princípios Fundamentais Relativos à Contribuição dos

⁸² Ibid., p.15-16.

⁸³ FISCHER, loc. cit.

⁸⁴ FISCHER, op.cit.

⁸⁵ Ibid., p.27-28.

⁸⁶ Ibid., p.31-32.

⁸⁷ FISCHER, loc. cit.

Meios de Comunicação de Massa para o Fortalecimento da Paz e da Compreensão para a Promoção dos Direitos Humanos e a Luta contra o Racismo, o *Apartheid* e o Incitamento à Guerra”, que em seu artigo 6º dispunha:

[...] é necessário que sejam corrigidas as desigualdades no fluxo de informação com destino aos países procedente deles e entre eles. Para tal fim, é essencial que os meios de comunicação em massa desses países disponham das condições e dos recursos necessários para fortalecer-se, estendendo-se a cooperação entre si e com os meios de comunicação de massa dos países desenvolvidos⁸⁸.

O texto deste artigo ficou conhecido como fundador do Nomic – Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação. É sabido que o debate sobre o fluxo de informações de via única que caracterizava a relação entre o primeiro mundo e os países em desenvolvimento havia começado na década de 1960 na Unesco, com a criação da Comissão Internacional de Estudo de Problemas de Comunicação, sob a direção de Sean MacBride, na Conferência Geral da ONU de 1974. Alguns anos depois, em 1978, a Conferência Geral da Unesco adotou uma resolução autorizando o Diretor Geral a:

[...] desempenhar atividades que contribuam para a promoção de pesquisas sobre medidas visando assegurar os direitos humanos à luz dos princípios estabelecidos na Declaração Universal dos Direitos do Homem”. A resolução convidava o Diretor-Geral a “encorajar estudo e discussão em profundidade sobre o Conceito do Direito de Comunicar⁸⁹.

A Declaração de 1980, relatório MacBride – Um Mundo Muitas Vozes, resultado de uma série de quatro encontros de discussão com expertos em direito à comunicação⁹⁰, foi o primeiro documento oficial de um organismo multilateral que reconhecia não apenas o desequilíbrio de poder midiático, como a hegemonia de certos segmentos empresariais como causa de graves distorções na definição de conteúdo das comunicações. O relatório criticava essas distorções e incluía proposições e estratégias para reverter esse quadro.

⁸⁸ LIMA (2010), op. cit., p.56.

⁸⁹ FISCHER, op. cit., p.34/38.

⁹⁰ O primeiro em Estocolmo: *Meeting of Experts on the Right to Communicate: Stockholm*, 1978; o segundo em Manila: *Meeting of Experts on the Right to Communicate: Manila, Philippines*, 1979; o terceiro em Londres: *Study Group Meeting on the Right to Communicate: London*, 1980; e o quarto em Ottawa: *Working Group Meeting on the Right to Communicate: Ottawa*, 1980.

Após esse relatório, seguiu-se uma série de conferências regionais organizadas pela Unesco em vários países, incluindo América Latina.

Segundo Venício de Lima:

[...] a batalha foi vencida quando tanto os Estados Unidos (1984) como a Inglaterra (1985), alegando a politização do debate, desligaram-se da UNESCO. A partir daí, o apoio da própria UNESCO à NOMIC foi minguando progressivamente e a discussão institucionalizada do desequilíbrio no fluxo de informações Norte-Sul foi sendo oficialmente deslocada para o âmbito do GATT (Tratado Geral sobre as Tarifas Aduaneiras e o Comércio), mais tarde transformado em OMC (Organização Mundial do Comércio)⁹¹.

Reuniões posteriores organizadas pela Unesco ocorreram em Estrasburgo (1981) e Bucareste (1982). A Inglaterra voltou a fazer parte da Unesco em 1997, e ainda assim, a despeito das dissidências, foi o debate iniciado naquela organização que fomentou o surgimento dos movimentos que deram origem à realização, em duas etapas, da Cúpula Mundial sobre a Sociedade de Informação, em Genebra (2003) e em Túnis (2005).

O relatório MacBride é reconhecidamente o primeiro documento oficial emitido sob os auspícios de um organismo representativo da comunidade internacional que define e expõe claramente a questão do desequilíbrio do fluxo de informações e no qual são questionadas as estratégias a serem aplicadas para remediar tal situação (múltiplos trabalhos e conferências sobre as “políticas culturais” e as “políticas nacionais de comunicação” realizaram-se nesse contexto)⁹².

Além da relevância histórica, o relatório MacBride estabeleceu o direito à comunicação como uma meta a ser atingida e um processo em desenvolvimento, de forma que permanece atual a proposição: “parece haver uma concordância geral que o direito de comunicar não é um princípio legal estabelecido mas um conceito em evolução”.

⁹¹ LIMA (2010), op. cit., p.58.

⁹² MATTELART; MATTELART, op. cit.

É senso comum que quaisquer formas de monopólio sejam danosas à atividade de mercado. No caso da mídia e demais empresas de comunicação, a concentração de propriedade produz efeitos danosos não somente à sociedade como organização político-social, mas à sua cultura.

2.4

Comunicação Social – uma visão sociológica

Já em 1922, o jornalista Walter Lippman observava que a ciência política era ensinada nas faculdades “como se os jornais não existissem”⁹³. Ao tomarmos a comunicação-direito como objeto de estudo, nosso recorte inspira uma análise, ainda que superficial, sobre os aspectos sociais e sociológicos da comunicação. A influência na sociedade que é operacionalizada pelos meios de comunicação que aqui nos interessa observar é a política – aqui entendida não apenas como organização do poder institucionalizado, mas como dinâmica simbólica criadora de valores, como frisa Bourdieu:

a luta política é uma luta cognitiva (prática e teórica) pelo poder de impor a visão legítima do mundo social, ou melhor, pelo reconhecimento, acumulado sob a forma de um capital simbólico de notoriedade e respeitabilidade, que confere autoridade para impor o conhecimento legítimo do sentido do mundo social, de sua significação atual e da direção na qual ele vai e deve ir⁹⁴.

O pressuposto de que a comunicação abrange e mistura “valores e interesses, ideias e ideologias”⁹⁵ nos habilita a considerar a comunicação de massa um fator de influência na sociedade que não pode ser avaliado como mero evento espontâneo e naturalmente livre. A liberdade de expressão contida na comunicação que aqui se defende, entre outros caminhos, aponta para a meta da não restrição ao pensamento humano. O livre exercício comunicativo, como conceito, pode e deve ser livre, mas a mídia comercial, suporte organizacional para comunicação e informação⁹⁶, integra a lógica econômica às práticas tecnológicas e simbólicas. Nos discursos contra a repressão ideológica se pretende

⁹³MIGUEL, Luis Felipe. *Política e Mídia no Brasil: Episódios da História Recente*. Brasília: Plano Editora, 2002. p.9.

⁹⁴BOURDIEU, Pierre. *Meditações Pascalianas*. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2001. p.226.

⁹⁵WOLTON (1999), op. cit., p.8.

⁹⁶CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das Mídias*. São Paulo: Contexto, 2009.

coibir a opressão contra a comunicação em seu aspecto simbólico. A própria lógica tecnológica atual tornou obsoleta a ideia de controle absoluto do fluxo de informação, sobre o tema, cite-se o vazamento de dados e a mudança no paradigma jornalístico proporcionado pelo sítio *Wikileaks*⁹⁷, e toda sua repercussão.

Além da esfera individual na qual foi formulado o ideário da liberdade como direito humano que se insere no âmbito social, há sua manifestação como linguagem interconectada, rizomática⁹⁸, em rede. A comunicação vem inspirando teóricos da filosofia e ciências sociais das mais diversas linhas de pensamento, de Bérgrson à virada linguística de Wittgenstein, dos autores da Escola de Frankfurt, que já nos anos 30 se ocupavam do simbolismo comunicativo e formação cultural, como Adorno e Benjamin, entre outros. Aproveitando-se da interpretação de Wolton de que a democracia seria um elo entre a expressão, a comunicação e a ação, propomos uma reflexão sobre o que há de concreto no debate público que a grande mídia diz proporcionar:

hoje em dia, a comunicação política triunfa, mas é ambígua, à medida da definição que se encontra no glossário. [...] A legalização da liberdade de expressão facilita é certo, a circulação de um número incrível de opiniões de todo o tipo, mas estas não correspondem todas aos critérios da opinião esclarecida do cidadão⁹⁹.

Mas há, por certo, que se colocar os dados em perspectiva, percebendo as limitações naturais da comunicação definida como aquilo que se torna público. Ainda Wolton:

o que se torna público nem sempre é o mais interessante. A publicidade, princípio essencial da teoria democrática, não é sinónimo de qualidade: o que é conhecido não é forçosamente importante e, em contrapartida, o que é importante nem sempre é conhecido¹⁰⁰.

Deve-se diferenciar distintas formas de discurso pelos fins perseguidos: o discurso meramente informativo tem em comum com a propaganda a sua

⁹⁷Disponível em: <<http://wikileaks.org/>>. Acesso em 18 setembro de 2011.

⁹⁸DELEUZE, Gilles. Post-Scriptum sobre as Sociedades de Controle. In *Conversações: 1972-1990*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992. p. 219-226.

⁹⁹WOLTON (1999), op.cit., p.171.

¹⁰⁰ Ibid., p.172.

finalidade de atingir o receptor: no primeiro caso para transmitir algum conteúdo, e no segundo, para seduzir ou persuadir. O discurso informativo pode pretender uma objetividade e veracidade que o aproximariam do discurso científico. Nesse caso, surgiria a problemática da produção de provas. Um discurso informativo que tenha caráter didático vai demandar uma outra forma de exposição de informação: uma explicação. A grande mídia, ao objetivar uma comunicação com um alvo mais amplo, de indivíduos de formações diversas, acaba por explicitar suas explicações apenas contextualizando numa chave de inteligibilidade acessível a um grande número de pessoas. Essa ação de comunicação que simplifica um conteúdo seria a vulgarização de não apenas: “explicar com simplicidade, mas o uso de categorias de pensamento mais comuns e acessíveis e [...] de esquemas de raciocínio simples, ou mesmo simplistas, saberes amplamente compartilhados (lugares comuns, estereótipos)”¹⁰¹.

A relevância de se abordar criticamente a mídia decorre diretamente de seu poder de vulgarização de conceitos e mistificação ideológica, especialmente para inserir no discurso pretensamente apenas informativo um conteúdo publicitário não explícito. O discurso informativo se relaciona não somente com o imaginário do saber como ao imaginário do poder. Informar é transmitir um saber que o outro pretensamente ignora, é ter essa aptidão e estar legitimado a fazê-lo, e não deve pretender ou simular cientificidade, historicidade ou didaticidade¹⁰².

A enunciação pura com liberdade absoluta é um modelo irrealizável. Ao mesmo tempo em que uma ideia se propaga por si, depende de campos de significação compartilhados para alcançar as massas: o discurso não é a linguagem, embora seja por ela constituído¹⁰³. Isso considerando somente o que se informa, desprezando o que se deixa de dizer. Há uma frase atribuída ao cineasta francês Jean-Luc Godard, “sempre presente para dizer o que não se diz”¹⁰⁴, que afirmava ser a câmera uma máquina que mente, que não mostra, que esconde. Godard teria aconselhado aos que comemoravam o centenário do cinema “não

¹⁰¹ CHARAUDEAU, op. cit., p.62.

¹⁰² Ibid.

¹⁰³ Ibid., p.42,

¹⁰⁴ Ibid., p.36.

digam: este ano vamos projetar 365 filmes dos irmãos Lumière, mas sim: não vamos projetar os 1035 filmes dos irmãos Lumière”¹⁰⁵.

Esperar que uma informação seja completa nos parece tão tolo quanto apostar em sua objetividade absoluta, se a mídia estivesse comprometida à estrita verdade dos fatos, ela pereceria, economicamente e em forma e conteúdo.

Ao nos debruçarmos sobre a comunicação como liberdade de expressão, elementar à democracia, é indispensável lembrar suas inúmeras ambiguidades, como por exemplo, as seguintes:

é preciso que o maior número de cidadãos tenha acesso à informação, mas nem todos os cidadãos se encontram nas mesmas condições de acesso; é preciso que a informação em questão seja digna de fé, mas suas fontes são diversas e podem ser suspeitas de tomada de posição parcial, sem contar que a maneira de relatá-la pode satisfazer a um princípio de dramatização deformante; é preciso que os cidadãos possam expressar-se, dar sua opinião, é preciso ainda que essa palavra se torne pública por intermédio das mídias, mas as mídias só se interessam pelo anonimato se puderem integrar a palavra anônima numa encenação dramatizante. A informação midiática está, pois, minada por essas contradições, o que pode ser resumido na seguinte fórmula: gozar da maior credibilidade possível com o maior número possível de receptores¹⁰⁶.

A democracia demanda não só a possibilidade de isenção mas a pluralidade nas fontes de informação. Vários autores mencionam “pluralismo político” para caracterizar a mídia que dá acolhimento a “diversas percepções do mundo social” e visões de mundo associadas a posições na estrutura social, perfazendo identidades coletivas, como “pluralismo social”. O Brasil possui características que acentuam a disparidade nas condições econômicas e o desequilíbrio na fruição do acesso à informação. Há um predomínio incontestado da mídia eletrônica em níveis compatíveis com o de países desenvolvidos em uma sociedade com percentual de analfabetismo próprio do mundo em desenvolvimento, podemos confirmar que “a ampliação do pluralismo dos meios de comunicação é um dos desafios centrais para o aprimoramento da democracia brasileira”¹⁰⁷.

¹⁰⁵ CHARAUDEAU, loc. cit.

¹⁰⁶ Ibid., p.86.

¹⁰⁷ MIGUEL, Luis Felipe. O possível, aquém do necessário: Transformando a ação política da mídia no Brasil. In: LIMA, Venício Artur de. (org.). *A Mídia nas Eleições de 2006*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2007. p.214/215.

os contemporâneos meios de comunicação de massa devem ser pensados como parte da sociedade civil, como integrantes dos aparelhos privados de hegemonia, como integrantes das instituições que constroem o consenso, como casamatas fortalecidas e cheias de dinamismo na defesa do modo de produção capitalista e das formações sociais concretas que tal modo suscita. [...] Não é possível recorrer ao conceito de hegemonia sem pensar o bloco histórico. Não é possível pensar este sem uma construção contínua do consenso, construção que conta com a decisiva contribuição dos *media*¹⁰⁸.

Além do excesso de informação que entorpece e intoxica a capacidade cognitiva e o discernimento, essa abundância de dados vem sendo chamada de “novo analfabetismo”¹⁰⁹. O Brasil tem grande contingente de pessoas sem acesso ou com acesso limitado ao conteúdo escrito: são os índices de alfabetização funcional¹¹⁰.

Esses dados matizam a generalização sobre o público receptor de informação, o sujeito passivo da comunicação. Como diz Wolton: “[...] não é porque todo mundo vê a mesma coisa que a mesma coisa é vista por todo mundo!”¹¹¹. Ou ainda:

A comunicação foi o grande delírio político-científico-tecnológico dos últimos trinta anos, com um mecanismo constante: a generalização, a partir de um nível da realidade, de um modelo de transformação do conjunto de relações sociais.

¹⁰⁸ JOSÉ (2010), op. cit., p.113.

¹⁰⁹ SADER, Emir. O Novo Analfabetismo. *Jornal do Brasil*, 01/08/2004, p.A-13

¹¹⁰ O Instituto Paulo Montenegro classifica e subdivide nas seguintes categorias de alfabetização: Analfabetismo funcional: 1) Analfabetismo - Corresponde à condição dos que não conseguem realizar tarefas simples que envolvem a leitura de palavras e frases ainda que uma parcela destes consiga ler números familiares (números de telefone, preços etc.). 2) Alfabetismo rudimentar - Corresponde à capacidade de localizar uma informação explícita em textos curtos e familiares (como um anúncio ou pequena carta), ler e escrever números usuais e realizar operações simples, como manusear dinheiro para o pagamento de pequenas quantias ou fazer medidas de comprimento usando a fita métrica. Alfabetizados funcionalmente: 1) Alfabetismo básico - As pessoas classificadas neste nível podem ser consideradas funcionalmente alfabetizadas, pois já leem e compreendem textos de média extensão, localizam informações mesmo que seja necessário realizar pequenas inferências, leem números na casa dos milhões, resolvem problemas envolvendo uma sequência simples de operações e têm noção de proporcionalidade. Mostram, no entanto, limitações quando as operações requeridas envolvem maior número de elementos, etapas ou relações. 2) Alfabetismo pleno - Classificadas neste nível estão as pessoas cujas habilidades não mais impõem restrições para compreender e interpretar elementos usuais da sociedade letrada: leem textos mais longos, relacionando suas partes, comparam e interpretam informações, distinguem fato de opinião, realizam inferências e sínteses. Quanto à matemática, resolvem problemas que exigem maior planejamento e controle, envolvendo percentuais, proporções e cálculo de área, além de interpretar tabelas de dupla entrada mapas e gráficos. Disponível em: http://www.ipm.org.br/ipmb_pagina.php?mpg=4.02.02.00.00&ver=por. Acesso em 5 de maio de 2011.

¹¹¹ WOLTON, Dominique. *Elogio do Grande Público: Uma Teoria Crítica da Televisão*. São Paulo: Ática, 1996. p.69.

Resultado? Uma vasta operação de sinédoque, tecno-científica como gosta o Ocidente, visando tomar a parte pelo todo, coma boa consciência de não tornar a cometer os funestos erros da revolução industrial¹¹².

Não há como negar a capacidade da mídia como campo e ação. Bourdieu se referiu ao jornalista como “detentor de um poder sobre os instrumentos de comunicação de massa que lhe dá um poder sobre toda a espécie de capital simbólico – poder de ‘fazer ou desfazer reputações’, de que o caso Watergate deu uma medida”¹¹³. E ao voltarmos nossa atenção para o Brasil somos obrigados a nos dar conta que:

a sociabilidade foi transformada inteiramente pela emergência de poderosos meios de comunicação, particularmente a televisão, que instituiu uma complexa e tensa convergência de espaços geográficos e virtuais, convivências e televivências, local e global¹¹⁴.

O papel social dos jornalistas, atividade que “surge como profissão no fim do século XIX, [...] e vem a adquirir um *ethos* profissional que caracterizava o jornalista como um fiscal vigilante, com a responsabilidade moral de erradicar o mal e mostrar as enfermidades sociais”¹¹⁵, deve ser avaliado sob a perspectiva dos seus reais efeitos, e não apenas de suas intenções. Há que se dar conta de que:

O Estado continuamente aciona os *media* para a *fabricação* da opinião pública e um dos exemplos mais evidentes é o do Plano Real em 1994, o que, para além de seu lado econômico propriamente dito, foi uma típica operação de construção de opinião pública destinada a favorecer a eleição do então ministro da Fazenda, Fernando Henrique Cardoso, operação bem sucedida e que rendeu frutos por longo tempo¹¹⁶.

Por óbvio que não se nega a relevância da mídia como agente político, positivo e propositivo. Sobre o tema, Bobbio define:

Os meios de informação desempenham uma função determinante para a politização da opinião pública e, nas democracias constitucionais, têm capacidade

¹¹²Ibid.,p.92.

¹¹³BOURDIEU, Pierre. *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro: Difel/Bertrand Brasil, 1989. p.189.

¹¹⁴JOSÉ (2010), op. cit., p.115.

¹¹⁵LIMA (2006), op. cit., p.11.

¹¹⁶JOSÉ (2010), op. cit., p.114.

de exercer um controle crítico sobre os órgãos dos três poderes. A imprensa independente foi definida como o Quarto Poder¹¹⁷.

Mas há que se relativizar a isenção desse poder fiscalizador desempenhado pela mídia. Lembrando sempre que “O acontecimento é sempre construído”¹¹⁸ e que não há percepção do mundo sensível que não esteja sendo percebida e criada sob alguma perspectiva ou recortada por um ponto de vista. É ilusório pretender dar conta da realidade se esquecendo que toda informação é uma produção narrativa: “defender a ideia de que existe uma realidade ontológica oculta e que, para desvelá-la, é necessário fazer explodir falsas aparências, seria reviver um positivismo de má qualidade”¹¹⁹.

Quando se fala em caráter público que os meios de comunicação têm, é fácil confundir o que se pretende dizer: o público (que é de todos, em oposição ao que é privado), acaba por se diluir na ideia de público como publicado, (o que é visto por todos, em oposição ao que é secreto). Isso somado à dificuldade de responsabilização dos jornalistas. Nunca se sabe realmente quem pode responder pelo que está sendo dito num jornal, impresso ou televisionado, pois são muitas as instâncias e departamentos, mesmo quando assinada por determinado jornalista, de tão interferente que é a configuração da estrutura de uma mídia, jornal ou mídia eletrônica. Muitos âmbitos decisórios diluem a responsabilidade, e do ponto de vista jurídico, é praxe que os patrões, as empresas, os proprietários do meio de comunicação, sejam os responsáveis diretos.

A representação e os discursos podem produzir sentidos, mas o viés constitutivo de significados mascaram o real, mistificando-o, ou racionalizando-o. Exemplo: “Não é casual o uso do termo ‘globalização’ (por remeter a um pensamento liberal de direita) em oposição à ‘internacionalização’ (que remete a um pensamento social de esquerda)”¹²⁰.

¹¹⁷BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. *Dicionário de Política*. Trad. Carmen C. Varriale et al. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1998.v.II.p.1.040.

¹¹⁸CHARAUDEAU, op. cit., p.95.

¹¹⁹Ibid., p.131.

¹²⁰Ibid., p.47.

A recepção de informação pelo público dos meios de comunicação de massa é frequentemente subestimada, e sua análise, subvalorizada. Segundo Wolton:

Um dos estereótipos mais constantes consiste em desvalorizar a recepção. Mas, como disse, são os mesmos indivíduos que votam que ouvem rádio e que vêem televisão. Como admitir, por um lado, a inteligência dos cidadãos, ao ponto de fazer dela a base da legitimidade democrática através do sufrágio universal e, por outro, pressupor que o público dos média é influenciável e idiota?¹²¹

E ainda:

No caso da política, o voto permite fazer o corte mas no caso comunicação, a questão é mais delicada, uma vez que não há voto. Na lógica comercial a questão simplifica-se: o público é aquele que compra. Mas, em matéria de comunicação não comercial, o público não pode reduzir-se ao mercado. Como atenuar esta distância entre uma lógica de mercado e uma lógica normativa?¹²²

Há que se reconhecer a irreversibilidade na relevância da mídia com ator político. Aqui se pretende seguir uma linha como a do pesquisador Cesar Bolano:

Estuda-se um mídia – a televisão – concebida ela própria, como um processo econômico, político, social e cultural. No processo histórico de expansão do capitalismo, a esfera econômica mantém uma posição predominante, subsumindo, no seu movimento, todas as outras, ao mesmo tempo em que fica clara que essa determinação pelo econômico só se verifica na medida em que o capital consegue impor sua lógica de expansão ao conjunto de uma sociedade, o que não se dá sem lutas e resistências, podendo advir tanto da própria lógica contraditória do capital que, enquanto relação social, engloba um pólo dominado, quanto de fatores de ordem cultural alheios a essa ordem¹²³.

Faz-se necessário lembrar que “a eficácia simbólica das palavras se exerce na medida em que aquele que a experimenta reconhece aquele que a escreve como no direito de exercê-la [...]”¹²⁴ todavia, como lidar com algo tão contraditório, que consegue ser ao mesmo tempo vulgar e elitista, carregando um ônus político, uma instrumentalização que faz com que as grandes corporações de mídia realizem “a

¹²¹ WOLTON (1999), op. cit., p.37.

¹²² Ibid., p.105.

¹²³ BOLANO, César Ricardo Siqueira. *A Televisão Brasileira na Era Digital*. São Paulo: Paulus, 2007. p.50.

¹²⁴ BOURDIEU, Pierre. *A Economia das Trocas Linguísticas: O Que Falar Quer Dizer*. 2.ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1998.

metamorfose da mercadoria em ideologia, do mercado em democracia, do consumismo em cidadania”¹²⁵.

Como salvar a dimensão humanista da comunicação quando triunfa a sua dimensão instrumental? Que relação existe entre o ideal da comunicação, que atravessa as épocas e as civilizações ao ponto de se transformar num dos símbolos mais fortes da humanidade, e os interesses e ideologias do mesmo nome? [...] Ninguém é exterior à comunicação, ninguém tem distanciamento em relação a ela. Somos todos parte integrante da comunicação; ela nunca é um objecto neutro, exterior a si. Uma reflexão sobre a comunicação requer, pois, um esforço considerável de distanciamento, tanto da parte de quem procura compreender, como da parte daqueles a quem a reflexão se destina¹²⁶.

¹²⁵RAMOS, Murilo César. “A Força de um Aparelho Privado de Hegemonia”. In BOLANO, Cesar Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz. *Rede Globo – 40 Anos de Poder e Hegemonia*. São Paulo: Paulus, 2005. p.63.

¹²⁶WOLTON (1999), op. cit., p.9.