

Mídia e esfera pública: reflexões sobre o caráter privado, mercantil e liberal dos meios de comunicação

Francisco Fonseca

Professor de ciência política na FGV/SP e doutor em história (USP).

franciscopfonseca@gmail.com

Analisam-se conceitualmente: a) as implicações da notícia como mercadoria, b) os alegados fins públicos da mídia em contraste ao seu caráter privado (agravado pela oligopolização planetária dos meios de comunicação), e c) a autorrequerida vinculação ideológica destes aos valores liberais/democráticos. Nesse aspecto, analisa-se, por meio da doutrina dos “freios e contrapesos”, que a mídia requer os benefícios da “liberdade de opinião”, mas rejeita toda e qualquer forma de responsabilização de suas ações. Daí serem apresentadas alternativas à democratização e responsabilização da mídia no Brasil.

Palavras-chave: Democracia, mídia, liberalismo, publicização, realidade brasileira.

Media and public sphere: reflexions about private, mercantile and liberal character of the mass media

This text analyzes the communications means in terms of: a) the conceptual implications of news like commodities; b) the self-definition of public intent in contrast to this private character (in context of worldwide oligopolization of communication means) and; c) the self-requested ideological linking to liberals/democratic values. In relation to last point, it's analyzed through checks and balance theory that the media intent the liberty of opinion without any responsibility mechanisms. Therefore the text presents alternatives means to democratization and accountability to media in Brazil. **Keywords:** democracy, media, liberalism, publicization, Brazilian reality.

Media e esfera pública: reflexiones sobre el carácter privado, mercantil y liberal de los medios de comunicación

El objetivo de este trabajo es analizar: a) las implicaciones de la noticia como mercancia, b) la relación entre supuestos fines públicos y lo carácter privado de las comunicaciones, c) supuesta vinculación al liberalismo político. También se analiza la contraposición entre la doctrina de los “checks and balances” y la rechazo de la responsabilización de las comunicaciones. Por fin presenta-se nuevas posibilidades para la democratización de la media en Brasil. **Palabras-clave:** Democracia, media, liberalismo, publicización, realidad brasileña.

Introdução

Tendo em vista que tanto as teorias políticas sobre a democracia quanto a dinâmica dos regimes democráticos têm como pressuposto ser a “liberdade de expressão” um elemento crucial à ideia democrática – cujos desdobramentos são a pluralidade de opiniões e a responsabilidade das opiniões emitidas –, este trabalho objetiva refletir sobre as consequências teóricas e históricas dessa assertiva.

São aceitas as premissas afirmadas pelos próprios veículos de comunicação de que a notícia é uma mercadoria, dado o caráter capitalista da esmagadora maioria das sociedades, e de que a democracia liberal permite a liberdade de expressão por meio da propriedade privada dos meios de comunicação. Com base nesse postulado, pretende-se questionar a validade dessa vinculação entre *democracia e mídia*, dada, enfatize-se, a autodefinição desta como pilar da democracia liberal. Para tanto, utilizaremos a perspectiva teórica dos “freios e contrapesos” (à luz da teoria de *Os Federalistas*), em que toda forma de poder deve ser democraticamente regulada¹.

Para discutirmos essas características, é fundamental enfatizar que a mídia promove a intermediação dos agentes privados na esfera pública, o que implica a atuação de atores privados mediando interesses públicos, o que significa uma importante ambiguidade em razão de a própria mídia pertencer à esfera dos interesses privados, a começar por sua vinculação empresarial. Além disso, em razão de, por um lado, haver um consenso (teórico e histórico) de que a mídia possui poder – de formar opinião e imagens, de influenciar agendas e os poderes constituídos – e de que, por outro lado, todos os poderes necessitam de anteparos, deve-se questionar quais são os mecanismos democráticos de responsabilização existentes ao poder da mídia². É importante ressaltar que a teoria política de estirpe democrática se consolida fortemente por meio da tradição republicana afirmadora da necessidade de *freios e contrapesos*, que, por seu turno, influenciou decisivamente a constituição do Estado de Direito e a maneira de pensar a política moderna.

Todos esses fatores confluem para o estabelecimento de mecanismos responsabilizadores ao poder da mídia (tais como a existência de uma Lei de Imprensa, cujo direito de resposta seja célere e democrático, além de uma série de alternativas analisadas ao final deste texto), que, além do mais, torna-se ainda mais

1. Como veremos mais adiante, indicaremos possíveis alternativas para a democratização da mídia, o que implica demonstrar que, mesmo pelo viés da teoria liberal, é possível cobrar sua pulverização e responsabilização, possibilidade essa rejeitada vigorosamente pelos meios de comunicação.

2. Embora tautológico, é fundamental ressaltar que o tema da “responsabilização democrática” se inscreve na lógica do Estado de Direito Democrático, assim como na tradição do pensamento político liberal. Não se associa, nem remotamente, a qualquer forma de censura ou controle de opiniões. Ao contrário, tem como premissa que à liberdade corresponde a responsabilidade, dado que sem essa conjugação adentra-se no terreno do arbítrio, seja ele estatal ou privado.

complexo em razão das novas tecnologias informacionais, dado que estas alargam a esfera pública (a “sociedade midiática global”)³ ao mesmo tempo que ampliam o poder midiático, pois tornado transnacional e crescentemente oligopólico.

A mídia como empresa e a notícia como mercadoria

Os órgãos da mídia, quando privados, *são empresas capitalistas de comunicação*⁴ que, em consequência, objetivam o lucro. Assim, o *papel mercantil da mídia* é ao mesmo tempo semelhante e distinto de outros segmentos econômicos. É semelhante em relação ao fato de objetivar o lucro e, como tal, atuar como empresa; mas é distinto nos seguintes aspectos: possui capacidade potencial de modelar a opinião “pública” e sua mercadoria – a notícia – está sujeita a variáveis mais complexas e sutis do que as existentes nos produtos comuns. O poder da mídia implica, portanto, um instável equilíbrio entre formar opinião, receber influências de seus consumidores e de toda a gama de fornecedores e anunciantes, além do próprio Estado, auferir lucro e atuar como *aparelho privado de hegemonia*⁵. Note-se como seu caráter empresarial é mais complexo do que as empresas de outros segmentos, embora também vinculado à busca pelo lucro.

Observado esse elemento central, pode-se agora analisar o poder da mídia, dado ser lugar comum a crença da legitimidade da atuação dessas empresas como entidades “públicas”, assim como o perfilhamento dos órgãos de comunicação às teses liberais/democráticas. Como aludimos, aceitaremos esta premissa com vistas a analisar suas consequências.

O aspecto crucial a observar refere-se ao fato de que a *notícia como mercadoria* possui uma especificidade ausente nos outros tipos de mercadoria. Afinal, sua utilização pode causar danos a grupos sociais e às sociedades, na medida em que possui (a notícia) o poder de, no limite, fabricar e distorcer imagens e versões a respeito de acontecimentos, temas e pessoas, e propagar boatos, entre inúmeras outras possibilidades, simultaneamente à sua função de informar. É claro que

3. Baseamo-nos aqui em Castells (2000) e Harvey (1989).

4. Em verdade, sobretudo a partir da década de 1990 as empresas de comunicação progressivamente vêm ampliando seu espectro de atuação, por meio de fusões e aquisições, transformando-se em empresas de comunicação & entretenimento, com consequências importantíssimas quanto à chamada “espetacularização” da política. Mais ainda, de forma crescente estas empresas vêm diversificando sua atuação nos mais distintos mercados, tanto em âmbito nacional como internacional, o que implica uma intrincada gama de interesses empresariais (comerciais e financeiros) que se entrecruzam, levando ao paroxismo o caráter mercantil da mídia.

5. Sobretudo a grande imprensa (impresa) atua como *aparelho privado de hegemonia*, isto é, entidades que disputam valores referidos à cultura política na esfera pública (conceito desenvolvido, como se sabe, por Antonio Gramsci). Apliquei esta categoria analítica (que convive com o caráter empresarial da mídia) aos principais jornais brasileiros em meu livro “O Consenso Forjado – a grande imprensa e a formação da agenda ultraliberal no Brasil” (Fonseca, 2005).

não se trata de considerar o processo de informar neutro, pois ele próprio está submetido à visão do(a): consumidor de notícias, testemunha, fonte, proprietário. Mas, entre essa impossibilidade intrínseca e os interesses políticos, econômicos e sociais dos proprietários da mídia e suas eventuais bases de representação, há um verdadeiro fosso.

Nesse ponto, deve-se evitar um duplo risco, isto é: considerar como possível uma neutralidade absoluta que, no limite, seria inumana, assim como negligenciar a existência de um poder em larga medida sem mecanismos de responsabilização (democráticos, enfatize-se) sobre a (in)formação da opinião. A indagação que se coloca então é: quais mecanismos, efetivos e democráticos, servem-lhe de “freios e contrapesos”?

Portanto, se a notícia é, de fato, mercadoria, o é de um tipo especial e, como tal, necessita ser tratada de forma igualmente especial, tendo em vista as inúmeras consequências que pode acarretar, consequências essas que assumem cada vez mais dimensões planetárias. Como ilustração da repercussão social que as notícias podem ter – de forma estrita, ou como boato, versões, insinuações, entre outras modalidades –, basta citarmos as elevações e quedas das bolsas de valores e das moedas em função de especulações muitas vezes iniciadas e/ou estimuladas pela mídia⁶. Mais ainda, a exposição da vida privada de personagens públicos vem, crescentemente, ocasionando danos morais à sua imagem, levando, inclusive, à interrupção de carreiras e ao estigma social: é por isso que a figura dos “paparazzi” é emblemática tanto da invasão da privacidade como do advento de uma sociedade – nesse sentido global – ávida pelo espetáculo, inclusive no âmbito político. Ocorre, assim, uma combinação, muitas vezes propositada, entre o “fato” e a versão, o real e o imaginário, o acontecimento e a ficção, em prejuízo de algo e/ou alguém (indivíduo ou coletivo). Portanto, tal “confusão” na mídia é, sob todos os aspectos, perniciosa à sociedade democrática.

Ora, se essas, entre outras consequências, do poder da mídia são verdadeiras e, mais ainda, se todos os outros tipos de mercadoria, seus processos produtivos e seus proprietários são, de formas diversas, responsabilizadas por mecanismos governamentais e da sociedade, por que a *mercadoria notícia* não deveria submeter-se a mecanismos semelhantes? Note-se que, no Brasil, a produção e o comércio de mercadorias e serviços são controlados por órgãos distintos, como os Procons, a Secretaria de Direito Econômico (SDE), as Agências de Regulação, entre outros órgãos, além de entidades privadas sem fins lucrativos, como o Instituto de Defesa do Consumidor (Idec), apenas para citar alguns.

É inegável que, em se tratando da informação, a tentação de se estabelecer

6. O próprio linguajar referente a “plantar” notícias expressa esse poder.

controles censórios é grande, o que, aliás, é comum na história brasileira; daí a preocupação com a liberdade de expressão necessariamente dever nortear qualquer mecanismo de responsabilização que venha a se constituir, repelindo-se, portanto, qualquer tentativa de censura (conforme aludimos, veremos a seguir algumas alternativas no que tange à responsabilização democrática da mídia no Brasil). Mas não se pode ser conivente, sob pena do estabelecimento de um efetivo poder sem responsabilidade e mesmo de um *pensamento único*, com a permissividade dos meios de comunicação que, em nome da liberdade de expressão, atuam como verdadeiras *máquinas de produção do consenso*, podendo, no limite, “suprimir” vozes discordantes. Como ilustração, ressalte-se que as proposições neoliberais (que prefiro denominar de ultraliberais, dada a radicalidade tanto das propostas como da forma de operar dessa corrente), tais como a privatização, a diminuição do papel do Estado, a flexibilização do mercado de trabalho, o individualismo, dentre outras, constituíram, a partir dos anos 1980, o aludido “pensamento único”. Afinal, se tornaram programa de reforma de inúmeros Estados nacionais, assim como de agências internacionais, sendo aceitas (tais proposições) pela maioria esmagadora da mídia em escala internacional. Aos discordantes das chamadas “reformas orientadas para o mercado” coube a pecha de “neolíticos” por estarem dissonantes do neoliberalismo⁷. Note-se que a unicidade de pensamento contraria a tradição que se toma por liberal, pois afirmadora do pluralismo, embora não atue como tal.

Ressalte-se que possuir um meio de comunicação requer imensos recursos econômicos, tornando-se proibitivo à maioria absoluta dos grupos sociais, *potencializando* assim o temor dos liberais democráticos quanto à unicidade da voz. Portanto, é paradoxal observar que justamente as empresas de comunicação sejam as menos responsabilizadas em relação aos outros tipos de empresa. Afinal, obter a hegemonia sempre foi o objetivo dos grupos detentores de poder ideológico nas sociedades em que o Estado tornou-se “ampliado” (Gramsci). Mais ainda, uma das mais fortes críticas feitas aos regimes socialistas dizia respeito justamente à impossibilidade do dissenso. Ora, essa situação não seria semelhante em países como o Brasil, dentre inúmeros outros, em que há verdadeiros oligopólios da comunicação – formais e informais –, sem que o Estado e a sociedade possuam instrumentos eficazes⁸ para regulá-los, que não o jogo do mercado e a Justiça⁹. Apesar da existência do multipartidarismo, de vários proprietários de meios de comunicação e

7. Observei, no referido livro “*O Consenso Forjado*”, op. cit., como a grande imprensa brasileira veiculou a agenda ultraliberal no país, estigmatizando vigorosamente todos os que se opusessem, seja à própria agenda, seja à forma de implementá-la.

8. Como se sabe, desde que foi criado o Conselho de Comunicação Social, não conseguiu cumprir a função normatizadora do conteúdo da programação das TVs, apenas para dar um exemplo significativo.

9. Num mercado tão pouco competitivo como o brasileiro, sobretudo no setor de periódicos e de...

de o Estado não ser onisciente nem onipresente, não haveria aqui, de certa forma, em termos históricos, um certo consenso forjado bloqueador de uma sociedade efetivamente “poliárquica”¹⁰? Analisamos então a grande mídia como ator político/ideológico, pois deve ser compreendida “(...) fundamentalmente como instrumento de manipulação de interesses e de intervenção na vida social”¹¹.

Note-se que, para diversos autores, o mundo estaria passando por uma verdadeira compressão espaço/temporal, que se configuraria como uma das características da contemporaneidade. Em outras palavras, as informações são cada vez mais transmitidas em tempo real – *on-line* –, encurtando brutalmente o tempo entre a “geração” e a transmissão em escala planetária. Dessa forma, o mundo estaria vigorosamente comprimido pelos seguintes meios: satélites, fibras óticas, TVs a cabo, agências noticiosas, jornais e revistas impressos simultaneamente em diversos países, entre outros. Nesse mundo a mídia vem crescentemente extrapolando mais ainda sua influência, pois estendida agora ao planeta¹². Mais ainda, se a *esfera pública* emergiu e se desenvolveu em perspectiva nacional, a partir da explosão informacional vem tornando-se ainda mais planetária, isto é, uma dada informação, acerca, por exemplo, do mercado financeiro, pode contribuir para desestruturar inúmeras economias. Exemplos disso são vistos frequentemente quando (reitere-se) a simples publicação de declarações de uma alta autoridade monetária do G-7 ou do FED norte-americano é capaz de derrubar bolsas e moedas no mundo inteiro, com consequências trágicas para as populações locais.

Assim, se a esfera pública tornou-se incrivelmente mais global – em vários aspectos e dimensões – e, se, além disso, a mídia procura, com base em interesses privados, traduzir e intermediar relações sociais na esfera pública, qual a responsabilização democrática que os cidadãos comuns, agora em dimensão internacional, possuem sobre ela? Se a questão já era complexa em escala nacional, torna-se ainda mais problemática quando pensamos que o “mundo está menor”, na medida em que certas fronteiras estão sendo diluídas. Portanto, a compressão espaço/temporal implica o alargamento da esfera pública, inversamente à sua responsabilização.

...emissoras de TV, este (o mercado) certamente não é o viabilizar da maior democratização do acesso à informação. Aliás, dificilmente o mercado per se possui esta função. Quanto ao Poder Judiciário, dado inexistir uma lei de imprensa no Brasil (a então vigente fora derrogada em 2009, assim como a exigência do diploma de jornalista para exercer a profissão, o que precarizará ainda mais este ofício), à Justiça cabe julgar os crimes específicos da imprensa pela via das leis gerais dos crimes contra a honra, o que faz que, por exemplo, o direito de resposta, crucial à democracia e à própria honra dos atingidos, seja praticamente nulo no Brasil. Não bastasse isso, a lei e o aparato judiciário são condições necessárias, mas jamais suficientes para a democratização dos meios de comunicação.

10. Conforme Robert Dahl (1989), poliárquia é uma espécie de “tipo ideal” cujo ápice é a democracia.

11. Capelato e Prado (1980: XIX).

12. É claro que falamos da grande mídia, aquela que influencia suas congêneres nacionais e em consequência a população mundial, e encontra-se na sede do capitalismo internacional.

O papel privado da mídia versus sua atuação pública segundo a teoria política liberal

Para além do caráter mercantil da notícia, em perspectiva teórica a *distinção entre a esfera pública e a esfera privada* – conceitos por excelência controversos – encontrou um verdadeiro divisor de águas com as revoluções burguesas, sobretudo a Revolução Francesa, pois inaugurou um novo conceito de liberdade. Este passou a ser identificado ao mundo privado – por meio, inicialmente, do mercado – e politologicamente definido como pertencente ao caráter *negativo* da ideia de liberdade. O liberalismo clássico do século XIX o afirmou enfaticamente, encontrando nas figuras de Benjamin Constant, Stuart Mill e Alexis Tocqueville, entre outros (embora haja distinções importantes entre eles), expressões máximas de seu desenvolvimento. Esses autores representam a tradição que melhor expressou os dilemas – de um ponto de vista liberal – acerca do que conteria ambas as esferas¹³.

Afinal, segundo esse conceito de liberdade, o espaço privado, que seria garantido fundamentalmente por um Estado de Direito, possibilitaria ao indivíduo – tornado igual a seus semelhantes *perante a lei* – poder fazer tudo o que quisesse sem ser impedido a tanto, assim como deixar de fazê-lo sem ser obrigado a agir num sentido que não desejasse (desde, é claro, que não infringisse direitos alheios). Para tanto, a condição que permite ambas as possibilidades refere-se justamente à linha limítrofe que separa o público do privado, isto é, a existência de direitos definidos aprioristicamente, embora de forma não estática. Afinal, tais direitos são cambiáveis historicamente, no sentido de configurar o que é público, portanto pertencente aos interesses comuns de todos, e o que diz respeito apenas às individualidades¹⁴. Como afirma Bobbio (1986: 960), em busca de uma compreensão da política moderna, cotejada à antiga, à guisa de Benjamin Constant: “O tema fundamental da filosofia política moderna é o tema dos limites, umas vezes mais restritos, outras vezes mais amplos conforme os autores e as escolas, do Estado como organização da esfera política, seja em relação à sociedade religiosa, seja em relação à sociedade civil (entendida como sociedade burguesa ou dos privados)”.

Ora, no século XIX, o referido Constant, em sua famosa obra acerca da *Liberdade dos Antigos comparada à dos Modernos*, nos mostrara o sentido privatista da liberdade para o homem moderno pós-revoluções burguesas, privatismo este que, se extremado, degeneraria a esfera pública¹⁵. Apesar dessa ressalva, Constant não só diagnosticou o

13. Observe-se que, no século XX, autores ultraliberais como Von Mises, Milton Friedman e sobretudo Friedrich Von Hayek, entre outros, superam este dilema ao associar liberdade a privatismo. Em outras palavras, a esfera privada e, nesta, o mercado, seriam sinônimos de liberdade. Daí a conhecida denominação de liberismo conferida a esta corrente.

14. O imaginário popular referencia esta distinção conceitual por meio da expressão afirmadora de que “o meu direito termina quando começa o seu”.

15. O privatismo, sobretudo a partir da segunda metade do século XX faz do homem uma espécie de...

significado da liberdade moderna como o defendeu, pois, para ele, ao cidadão comum caberia rogar: “(...) à autoridade de permanecer em seus limites. Que ela se limite a ser justa; nós nos encarregamos de ser felizes”¹⁶.

Se a separação entre as esferas pública e privada, por um lado, e o privatismo (no sentido de individualismo), por outro, marcam o mundo moderno, resultando na separação entre os poderes, impedindo com isso a tirania do poder do Estado, autores como Stuart Mill e Tocqueville temeram por um outro tipo de tirania: a que não mais proviria do Estado, mas, sim, da própria sociedade, na medida em que o poder da maioria, sobretudo da *opinião majoritária*, igualmente resultaria em tirania, a *tiranía da maioria*, com efeitos semelhantes à historicamente temida tirania estatal, tão cara ao pensamento republicano e ao pensamento liberal¹⁷.

Outro liberal, Stuart Mill, em seu clássico *Sobre a Liberdade*, relata a sanha persecutória, de caráter moralista, a comportamentos pouco usuais, caso da poligamia dos mórmons na Inglaterra do século XIX. Por isso, temia pelos seus efeitos, pois, para ele:

“(...) a opinião de semelhante maioria, imposta como lei à minoria, em questões de conduta estritamente individual, tanto pode ser certa como errada. Nesses casos, a opinião pública, na melhor hipótese significa a opinião de algumas pessoas sobre o que é bom ou mau para outras pessoas”¹⁸.

Tal assertiva certamente permanece válida, sobretudo no que tange à mídia que, por vezes, contribui para tal caráter persecutório, embora de forma mais sofisticada no mundo contemporâneo¹⁹, o que coloca em xeque o pluralismo. Segundo Mill, haveria (em relação aos mórmons) uma: “(...) linguagem de manifesta perseguição usada pela imprensa deste país quando chamada a noticiar o notável fenômeno do mormonismo”²⁰.

... “homoshopping” (com o perdão do neologismo), isto é, aquele que se concebe como homem por meio de tudo o que cerca o universo do consumo, tal como o marketing e a cultura do descartável, culminando naquilo que Rousseau, no século XVIII, antevia: a transformação do homem num ser que é o que possui. Por fim, no século XIX o liberalismo afirmou o individualismo possessivo como forma de expressar a confiança sem limites no capitalismo.

16. Constant (1982: 24).

17. É interessante observar que a novela literária (também adaptada ao cinema) contemporânea nos mostra dois exemplos paradigmáticos acerca do controle totalitário. O primeiro, tornado clássico, é o famoso “1984”, típico do pós-guerra, em que o Big Brother estatal a tudo vê e controla. O segundo, contemporâneo, é o “Truman Show”, em que uma criança, ainda no ventre da mãe, é comprada por um proprietário de uma rede de TV, tornando sua vida um show assistido 24 horas por telespectadores numa cidade-estúdio em que o único personagem real, Truman, é visto por todos por meio de milhares de câmeras ocultas: o controle do capitalismo sobre a vida das pessoas é caricatural no filme, mas real nesta novela. Ainda nesse sentido, a obra de Foucault é basilar.

18. Mill (1991: 149).

19. Basta observar a imagem que a mídia como um todo faz do Movimento dos Trabalhadores Sem Terra, por exemplo, dentre outros, que, para além de seus erros (deste movimento), expressa um problema real e uma demanda histórica no país. Este é apenas um entre tantos outros exemplos, internos e externos ao país.

20. Mill (1991: 161).

Já Tocqueville, no clássico *A Democracia na América*, notabilizou o temor de que as sociedades, mesmo as institucionalmente democráticas, produzissem “tiránias da maioria.” Para ele, nos EUA, a

“(…) maioria (…) exerce uma autoridade real prodigiosa, e um poder de opinião quase tão grande; não existem obstáculos que possam impedir, ou mesmo retardar, o seu progresso, de modo a fazê-lo atender às queixas daqueles que ela esmaga no seu caminho. Este estado de coisas é em si mesmo prejudicial e perigoso para o futuro (...)”²¹.

Estas palavras soam, cada vez mais, proféticas!

Alternativas para se responsabilizar democraticamente a mídia no Brasil

Dado o incontestado poder da mídia, cujas consequências os grupos e classes sociais, indivíduos, organizações e países sentem direta e indiretamente, torna-se imperativo discutir quais medidas legais poderiam exercer um controle democrático sobre as organizações de comunicação, em escala nacional e também internacional.

Do ponto de vista da sociedade brasileira, as iniciativas já consolidadas do *Observatório de Imprensa* e mesmo a *Revista Imprensa*, embora sua abrangência seja pequena, cumprem importante papel quanto a dar vez a outras vozes. No entanto, representam ainda apenas uma condição necessária, não suficiente, seja para a denúncia do papel da grande mídia, seja para trazer à tona visões alternativas às da grande imprensa, seja (especialmente) para o franqueamento ao dissenso. Já em escala global, a tentativa de constituição de centros de informação independentes, tais como os sites brasileiros *Carta Maior* e *Ciranda*, além do internacional *Mídia Watch* e *Diplô*, dentre inúmeros outros, não apenas se utilizam da internet como veículo de informação global como (principalmente) avaliam os grandes jornais, revistas, agências noticiosas e emissoras de TVs, demonstrando, assim, outros lados, outras vozes e outras interpretações dos fenômenos que tendem a ser retratados de forma relativamente homogênea pelos grandes conglomerados de comunicação.

No que tange ao âmbito político/legal, pode-se citar, dentre outras, as iniciativas referentes à forma como as concessões de emissoras de rádio e TV são efetuadas, isto é, a necessidade de se ampliar a participação da sociedade no sistema

21. Tocqueville (1969, p. 132-133). Tocqueville também acreditava na proliferação de órgãos de comunicação que, dessa forma, exerceriam socialmente um controle mútuo. Essa ideia, contudo, parece ter baixa vigência.

decisório, sobretudo por meio do fortalecimento do aludido (e até esse momento esvaziado) Conselho de Comunicação Social; a concessão às rádios e TVs livres (comunitárias), que, no Brasil, foram em larga medida abarcadas por grupos evangélicos, via de regra descompromissados com os valores democráticos; o rigoroso impedimento da concentração acionária dos veículos de comunicação e a proibição de que um mesmo proprietário possua diversas modalidades de meios de comunicação, proibição essa já existente em alguns países; dentre outras medidas. Exemplos internacionais, caso da França e mais recentemente da Argentina são, nesse sentido, paradigmáticos.

Do ponto de vista creditício, é possível estimular a concessão de créditos por meio de mecanismos diversos, sobretudo públicos – notadamente linhas de crédito do BNDES –, com vistas a dar oportunidades reais aos mais diversos grupos sociais de se expressarem. No caso brasileiro, a pluralidade de interesses e de pontos de vista (o que inclui a própria estética) claramente não é representada pela mídia, que recorta alguns feixes da realidade à luz da lógica comercial.

Em relação a iniciativas mais enfaticamente políticas, dentre inúmeras outras pode-se citar como possível a criação de conselhos consultivos pluralistas providos da sociedade, a institucionalização de fóruns temáticos, ainda que consultivos, sobretudo nas emissoras de TVs e rádios, pois poderiam retirar dos proprietários dos meios de comunicação *social* (como são legalmente chamados) o exclusivo poder de fazer ver e ouvir apenas visões específicas do mundo: embora de difícil viabilização, a ideia é que os veículos concessionários, casos das rádios e TVs, sejam mais inclusivos culturalmente em suas programações. Mais ainda, a existência de meios de comunicação, tais como periódicos impressos, TVs e rádios *públicos*, *porém não estatais* – à guisa, por exemplo, da BBC de Londres – poderia prestar serviços relevantes ao debate público, dando voz aos mais diversos grupos sociais.

Por fim, quanto à mobilização da sociedade politicamente organizada, deve-se ressaltar a importância de iniciativas tais como a ONG Tver e do Centro de Mídia Independente (CMI), entre outros, que, contudo, ainda são insuficientes para a democratização dos meios de comunicação.

Assim, a luta pela responsabilização e democratização da mídia assume contornos de uma verdadeira *guerra de posições* – como nos ensina Antonio Gramsci –, o que implica atuar em todos os campos possíveis, sem exceção. Afinal, o autoelogio que a mídia como um todo faz de si quanto à sua capacidade investigativa em relação ao Estado e às autoridades é perfeitamente contemplada (tal capacidade) pelo Ministério Público, entidade capaz, legal e tecnicamente, de promover investigações em concomitância às suspeitas e mesmo preventivamente. Em outras palavras, o papel fiscalizatório, investigativo que a mídia se auto-proclama pode, e

deve, ser exercido por instituições de fato públicas, pois, afinal, a mídia é um agente privado que objetiva fins privados, o lucro²².

Essas alternativas se justificam em razão de a mídia inúmeras vezes não ser o que diz (liberal e democrata) nem fazer o que professa (dar voz aos diversos lados). Daí a sua atuação, sobretudo em conjunturas candentes, paralelamente ao seu papel estrutural de procurar influenciar a chamada “opinião pública”, voltar-se à divulgação e mesmo à vulgarização de ideias. Essas são tornadas simples, generalizantes, contrapostas e unilaterais, caso da introdução da agenda ultraliberal no país (ênfatize-se), cujo debate sobre a reversão do modelo de desenvolvimento foi simplesmente vetado: trata-se de um exemplo gritante, pois o objetivo da mídia como um todo foi, nas décadas de 1980/90²³, fundamentalmente a introdução da agenda ultraliberal. Este é apenas de um dentre inúmeros outros exemplos, reitere-se²⁴.

Considerações finais

Uma sociedade realmente democrática necessita responsabilizar (democraticamente, reitere-se, mesmo que tautológico e reiterativo) a mídia nos âmbitos nacional e mundial. Com isso, pode-se atenuar o paradoxo da simultaneidade público/privado que ela mesma contém, e que vem crescentemente se expandindo num mundo que rapidamente se torna mais homogêneo – em vários sentidos –, em contraste ao aumento exponencial da desigualdade política e social.

Afinal, os modernos clássicos preocuparam-se com, e teorizaram sobre o tema das “paixões humanas” que, sem freios e contrapesos, nos levariam à tirania; essas “paixões” podem ser traduzidas modernamente como interesses que, por sua vez, estão integralmente presentes no enorme poder em mãos da mídia, em escala global. Daí, para muitos, o “quarto poder” representar, de fato, o “primeiro poder”, dada a capacidade de influenciar a agenda política simultaneamente à atuação vigorosa como empresas (conglomerados) capitalistas, em que a notícia é mercadoria.

Nesse sentido, para que de fato a democracia possa se materializar, cumprim-

22. Embora qualquer pessoa ou instituição possa, em princípio, investigar algo, a tarefa para tanto não é dos agentes privados e, sim, do Estado, cujo monopólio em fazer justiça é inerente à sua constituição.

23. Conforme observei fartamente em meu livro “O Consenso Forjado”, op. cit.

24. É importante notar que todas as tentativas de regular minimamente a programação das TVs ocorreram por meio de “acordos de cavalheiros” entre o Governo Federal, sobretudo o Ministério da Justiça, e as emissoras de TV, dado inexistirem mecanismos de controle pelo Estado e pela sociedade sobre os meios de comunicação. Os resultados concretos destes referidos acordos foram nulos, pois não alteraram praticamente em nada a total liberdade das emissoras em decidir a programação que os brasileiros veem. A primeira Conferência Nacional de Comunicação, ocorrida em 2009, deu voz, pela primeira vez, a grupos e opiniões historicamente banidos, o que provocou a retirada das grandes representações empresariais da Conferência.

do assim (a mídia) um papel público em meio a um mundo privado, mercantil, e em franca compressão, urge tanto ações efetivas que responsabilizem seu poder como uma reflexão mais atenta acerca das teorias políticas da democracia e do campo de conhecimento da comunicação. Assim, talvez reatualizemos o ideário dos modernos clássicos para que houvesse controles mútuos a todos os que detenham poder. Afinal, a partir da modernidade, a responsabilização democrática da mídia incide diretamente na própria ideia de democracia. No caso brasileiro, cujo *déficit* democrático e as desigualdades são históricas, urge refletir sobre os impactos da mídia sobre a própria formação da esfera pública nacional.

Referências

- BOBBIO, N. Estado Moderno. In: BOBBIO, N. *etti ali* (orgs.) **Dicionário de Política**. Brasília: UnB, 1982.
- BORIN, J. **Imprensa: Empresas e Negócios** – Um perfil quantitativo-qualitativo do mercado da notícia no Brasil. Tese de Livre-Docência. São Paulo: ECA/USP, 1993.
- COCKETT, R. **Thinking the Unthinkable** (Think-Tanks and the Economic Counter-Revolution, 1931-1983). London: HarperCollins, 1995.
- CAPELATO, M.H; PRADO, M.L. **O Bravo Matutino** - Imprensa e Ideologia: o Jornal O Estado de S. Paulo. São Paulo: Alfa-Omega, 1980.
- CAPELATO, M. H. **Imprensa e História do Brasil**. São Paulo: Contexto/Edusp, 1988.
- CASTELLS, M. A política informacional e a crise da democracia. In: **O Poder da Identidade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.
- CONSTANT, B. **A Liberdade dos Antigos comparada à dos Modernos**. Rio Grande do Sul: L&PM, 1982-1989.
- DAHL, R. **Um Prefácio à Teoria Democrática**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1989.
- DESAI, R. Second-Hand Dealers in Ideas: Think-Tanks and Thatcherite - Hegemony. In: **New Left Review**, jan./feb. 1994.
- EAGLETON, T. **Ideology, an Introduction**. London : Oxford, 1991.
- FONSECA, F. **O Consenso Forjado** – a grande imprensa e a formação da agenda ultraliberal no Brasil. São Paulo: Hucitec, 2005.
- GRAMSCI, A. **Cadernos do Cárcere**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001. 5 v.
- HARVEY, D. **The Condition of Postmodernity** – An Enquiry into the Origins of Cultural Change. London: Oxford, 1989.
- HIRST, P. e THOMPSON, G. **Globalization in Question**. Nova York, Polity Press, 1996.
- IANNI, O. *et. al* (orgs.). **Desafios da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2000.

- “Médias et Contrôle des Esprits”*. *Le monde diplomatique*. Août, 1995.
- MEDINA, C. A. **Notícia, um Produto à Venda**. São Paulo: Alfa-Ômega, 1978.
- MILL, S. **Sobre a Liberdade**. Petrópolis: Vozes, 1991.
- MIGUEL, L.F. Um ponto cego nas teorias da Democracia: os meios de comunicação. **Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais (BIB)**, Rio de Janeiro, n. 49, 1. sem. 2000.
- MORAES, D. Palavras parabólicas: o mercado editorial na era da mundialização. **Revista Eletrônica da Universidade Federal do Rio de Janeiro**. Disponível em <<http://revistabrasil.org/revista/artigos/denis.htm>>.
- TOCQUEVILLE, A. **A Democracia na América**. São Paulo: Editora Nacional, 1969.
- PADIOLEAU, J.G. **Le Monde et le Washington Post – Précepteurs et Mousquetaires**. Paris: Presses Universitaires de France, 1985.
- WEFFORT, F. (org.). **Os Clássicos da Política**. São Paulo: Ática, 1990. 2 v.