

MÍDIA E CIDADANIA

Pedrinho A. Guareschi*

Resumo: O trabalho está dividido em duas partes. Na primeira é feita uma análise da presença, do papel e da relevância da mídia nas sociedades modernas. Tal análise restringe-se a considerações sobre a mídia eletrônica, especificamente rádio, televisão e internet; tipos de mídia que mais vêm sendo afetadas pelas novas tecnologias. Procura-se mostrar como a mídia hoje constrói a realidade social, atribui valores a essa realidade, monta a pauta de discussão e influi poderosamente na construção da subjetividade das pessoas. Na segunda parte, estão discutidas as implicações trazidas por tal situação comunicacional para questões como democracia, cidadania e ética.

Palavras-chave: meios de comunicação; psicologia da comunicação; democracia e mídia; ética e mídia.

Abstract: The paper is divided in two main parts. In the first, an analysis is made about the presence, the role and the relevance of mass media in modern societies. Such analysis is restricted mainly to electronic media, particularly to radio, television and Internet, the kind of media most affected nowadays by new technologies. It is shown how media builds up a new social reality; how values are attached to such reality; the way media creates the agenda of discussion; and how media strongly influences the construction of the subjectivity of people. In the second part, the implications brought by such situation of communication for issues like democracy, citizenship and ethics are discussed.

* Professor-Titular e Pesquisador no Programa de Pós-Graduação em Psicologia da PUCRS. Doutor em Psicologia Social e Comunicação pela *University of Wisconsin at Madison* (UWM) e Pós-Doutor pela UWM e *University of Cambridge* (UC), Inglaterra. Autor de dez livros como único autor, 17 como co-autor e cerca de cem artigos em revistas científicas. *E-mail:* guareschi@pucrs.br

Key words: media; psychology of communication; media and democracy; media and ethics.

INTRODUÇÃO

O sinal dos tempos hoje é que vivemos um tempo de sinais. Tal fenômeno nos insere dentro de uma “sociedade midiada” e duma “cultura midiada”. (THOMPSON, 1995). Não existe nenhuma instância nas sociedades modernas em que a mídia não tenha algo a dizer. Nada escapa a esse fenômeno abrangente e penetrante que perpassa qualquer situação individual ou social. As formas simbólicas assumem um papel fundamental, sempre mais crescente. A comunicação é o mecanismo e a relação básica para a concretização dessas trocas simbólicas.

Evidentemente, tal situação provoca também uma reflexão ética. Como ficam as pessoas, as comunidades, as próprias sociedades globais, diante de tais transformações? Como são vistos e tratados os direitos, individuais e sociais, diante desse novo fenômeno avassalador, construtor da realidade?

A discussão que segue se divide em duas partes. Farei, inicialmente, uma análise da presença, do papel e da relevância da mídia nas sociedades modernas. Numa segunda parte discutirei as implicações que tal situação traz para a questão da cidadania e da ética.

A realidade “comunicação” é tão ampla que é necessário deixar claras algumas delimitações. No presente trabalho, decidi restringir-me a considerações e análises sobre a mídia eletrônica, especificamente rádio, televisão e internet, que mais vêm sendo afetadas pelas novas tecnologias. É importante ressaltar esse ponto devido, principalmente, ao que será discutido na segunda parte deste trabalho.

UMA SOCIEDADE E UMA CULTURA MIMIADAS

Vivemos, hoje, sob a égide da informação. Foi no bojo da informação e da comunicação que as novas tecnologias foram geradas e desenvolvidas. É a informação o novo modo de desenvolvimento responsável pela produtividade do sistema capitalista nos dias de hoje. Distingue-se aqui, na esteira de Castells (1998), modo de produção e modo de desenvolvimento. Os modos de produção são formações sociais globais, com forças e relações de produção específicas, legitimadas por uma superestrutura política, jurídica e ideológica. Já o modo de desenvolvimento é o fator sobre o qual a produtividade se dá. Num modo de produção, seja capitalista ou estatista, o modo de desenvolvimento é o responsável pela produ-

tividade dessa formação social. Houve um tempo em que a produtividade esteve ligada à terra; depois foi a indústria a responsável pelo desenvolvimento. Nos dias atuais, o modo de desenvolvimento fundamental, isto é, o fator de produtividade primordial, é a informação. Quem detém a informação, detém o fator central de desenvolvimento. A internet, por exemplo, está modificando a forma como as pessoas se relacionam, como aprendem, como compram, como consultam médico e até mesmo como as pessoas fazem sexo.

Já se conseguiu hoje uma articulação entre o telefone, o televisor e o computador, que dá origem a uma nova máquina da comunicação, interativa, fundada nas proezas do tratamento digital. Pode-se falar que já foi construído o “ambicioso projeto de auto-estradas eletrônicas... Todo dia ouvimos notícias sobre conglomerados mastodontes da telefonia, cinema, TV, publicidade, vídeo, TV a cabo e informática”. (RAMONET, 1999, p. 7).

As pessoas adultas dos países ocidentais gastam entre vinte e cinco e trinta horas por semana olhando televisão, sem contar o tempo que elas empregam escutando rádio ou música estereofônica, lendo jornais, livros e revistas e consumindo outros produtos, do que são hoje as indústrias de comunicação de grande escala e transnacionais.

Dentro desse referencial teórico básico da *mediação* da cultura, presenciamos hoje, contudo, “incontroláveis acelerações tecnológicas” (MORAES, 1998, p. 9) que vêm desafiar a vida social. É uma explosão de informações. Os equilíbrios estremecem, a terra se sente comprimida. Pela primeira vez na história conseguiu-se algo admirável: estamos diante de um espaço praticamente infinito, o ciberespaço, habitado por uma linguagem nova, a linguagem digital, que conseguiu realizar a façanha de juntar, num único *bit*, o texto, a imagem e o som. Tínhamos antes os livros, os jornais, as revistas para os escritos e os textos, que propiciavam a existência de instituições e organizações como editoras, bibliotecas, livrarias; tínhamos o desenho e a imagem para poder copiar, fotografar, retratar paisagens, pessoas e objetos, cada um também com suas organizações; finalmente, tínhamos as gravadoras de discos, os aparelhos magnéticos, etc., para que pudéssemos reproduzir os sons, desde o sino, até a própria voz. Tudo isso foi sintetizado numa única linguagem: *bits*, que formam dígitos, que reproduzem sons, imagens e textos. Essa é a revolução que estamos presenciando. E mais: tudo isso num espaço virtual, isto é, um continente “virtualmente” infinito, o que se convencionou chamar ciberespaço.

Entre as importantes transformações ocorridas nas últimas décadas do século XX, figura em lugar de destaque a aceleração incomparável do fluxo de informação, da transmissão de formas simbólicas e de conteúdos cognitivos e emocionais. A realidade de hoje exige cada vez mais que os sujeitos saibam lidar com uma imensa gama de informações que invadem diariamente sua vida cotidiana, de forma desconhecida para nossas gerações precedentes. Lidar com o impacto desse fluxo

acelerado de informações e, principalmente, dar-lhes um significado, ou seja, interpretá-las, integrando-as em sua visão de mundo, é uma tarefa inevitável dos sujeitos modernos.

A própria política, nos últimos anos, perdeu seu *locus* histórico, o espaço público das ruas e praças, onde os cidadãos se reuniam para discutir suas idéias. Hoje ela se dá quase integralmente através da mídia, o que confere aos órgãos de comunicação um considerável poder de convencimento. (THOMPSON, 2003). O consumo dos produtos da mídia, especialmente a eletrônica, representa hoje o principal espaço de ocupação do tempo livre da população. O acesso à informação, crucial em nossos dias, depende de uma forma sem precedentes em tempos anteriores, da relação do indivíduo com os veículos de comunicação. O que Bourdieu afirma sobre a televisão pode ser estendido aos outros meios de comunicação:

E insensivelmente a televisão, que se pretende um instrumento de registro, torna-se um instrumento de criação da realidade. Caminha-se cada vez mais rumo a universos em que o mundo social é descrito/prescrito pela televisão. A televisão se torna o árbitro do acesso à existência social e política. (BOURDIEU, 1997, p. 29).

Tal afirmação merece, entendo, uma análise mais detalhada. É o que pretendo fazer através da discussão de quatro afirmativas que ajudam a particularizar e a compreender a importância do fenômeno dos meios de comunicação no cotidiano das pessoas.

A primeira afirmativa é a seguinte: a Comunicação, hoje, constrói a realidade. É difícil definir o que seja *realidade*. Não vamos entrar em questões metafísicas ou ontológicas. Queremos apenas dizer que realidade, aqui, significa o que existe, o que tem valor, o que traz as respostas, o que legitima e dá densidade significativa a nosso cotidiano. Algo passa a existir, hoje, ou deixa de existir, se é, ou não, midiado. Para mostrar o que estou querendo dizer, transcrevo um diálogo, comum e rotineiro, ouvido com muita frequência em nossas conversas cotidianas. Alguém diz: “Interessante, acabou a greve!” E o interlocutor pergunta: “Por quê?” Então a resposta, esclarecedora, explicativa e convincente: “Não se vê mais nada na TV! Não há mais nada nos jornais!” Pois é a isso que me refiro: alguma realidade, algum fato, nos dias de hoje, existe, ou deixa de existir, se é, ou não, veiculado pelos meios de comunicação. A mídia tem, na contemporaneidade, o poder de instituir o que é, ou não, real, existente.

A segunda afirmativa é um complemento da primeira: A mídia não só diz o que existe e, conseqüentemente, o que não existe, por não ser veiculado, mas dá uma conotação valorativa, de que algo é bom e verdadeiro à realidade existente. As coisas veiculadas pela mídia são boas e verdadeiras, a não ser que seja dito expressamente o contrário. O que está na mídia não é só, então, o existente, mas contém, igualmente, algo de positivo. Isso é transmitido aos ouvintes ou telespectadores,

isto é, as pessoas que “aparecem” na mídia são as que “existem” e são “importantes, dignas de respeito”. As pesquisas eleitorais mostram isso com clareza: um candidato que “esteja” na mídia se elege, seja ele de direita ou de esquerda, não importa. Quem está na mídia, “existe”, é confiável, merece nosso voto. Numa sociedade massificada como a nossa, onde nove famílias detêm 90% da mídia e onde apenas alguns conseguem “erguer a cabeça” acima do nivelamento massificante produzido pela comunicação, quem está nos meios... é gente, e gente boa.

A terceira afirmativa vem ampliar a compreensão da primeira: a mídia, hoje, coloca a agenda de discussão. Isto é, segundo pesquisas, ao redor de 82% dos temas e assuntos que são falados no trânsito, no trabalho, em casa, nos encontros sociais etc. são colocados à discussão pela mídia; ela determina, até certo ponto, o que deve ser falado e discutido. Alguém, ao ler essa afirmativa, pode retrucar: “Tudo bem, até pode ser verdade que a mídia coloca os assuntos em pauta, mas nós podemos discordar deles, criticá-los, não aceitá-los.” Que bom se assim fosse. Há algo, contudo, que nós não podemos fazer – e aqui está a consequência terrível dessa questão: se a mídia decidir que algum assunto, ou algum tema, não deva ser discutido pela população de determinada sociedade, ela tem o poder de excluí-lo da pauta! Uma população inteira fica impossibilitada de *saber* e *conhecer* que tal problema, ou tal assunto existe numa sociedade. Essa é a força de quem detém o poder de decidir sobre o conteúdo da pauta. Tal prática pode se dar em muitas outras situações, como no Parlamento, ou até em reuniões de condomínio: se não quero que determinado assunto seja discutido, não o coloco em pauta, ou o coloco bem no fim, quando todos já estão cansados da reunião e começam a se retirar. Na grande discussão nacional que a mídia tem como tarefa fundamental instituir, como veremos logo adiante, ela tem o poder de selecionar e criar a pauta, podendo incluir apenas temas que lhe interessam e excluir os que podem vir a contestá-la. Quem dos telespectadores ou ouvintes de uma rádio sabe, por exemplo, que os meios de comunicação eletrônicos (rádio e televisão) são um serviço público, por isso não têm dono, mas são concessões temporárias? Mais: quem sabe a data de término da concessão de um determinado meio eletrônico de comunicação? Quem sabe que a comunicação é um direito humano, e que todos têm direito a dizer sua palavra, expressar sua opinião, manifestar seu pensamento, através desses serviços públicos? Essa é uma questão séria.

Finalmente a quarta afirmativa é que nos dias de hoje, ao menos a partir dos últimos trinta anos, pode-se dizer que *existe um novo personagem dentro de casa*, com quem nós interagimos diariamente ou, talvez, com quem nós mais interagimos. A média de horas diárias que o brasileiro fica diante da TV é de 3,9 horas. Em algumas vilas periféricas pesquisadas, a média chega a 6 horas e para as crianças, que os pais têm medo de deixar na rua, chega a nove horas diárias. Pois é com esse personagem que nós passamos, hoje, a interagir e que, queiramos ou não, tem a ver com a constituição e construção de nossa subjetividade. Examinemos as caracterís-

ticas de tal personagem: ele é o único, praticamente, que fala; estabelece com os interlocutores uma comunicação vertical, de cima para baixo; não faz perguntas, apenas dá respostas, etc. Já imaginaram o poder de tal personagem? Que diferença haverá entre as crianças de agora e pessoas adultas que têm hoje mais de 40 anos e em seu tempo de criança nunca assistiram a TV? E mais: vocês já prestaram atenção à diferença entre uma criança que lê e uma criança que vê TV? A criança que lê vai criando e imaginando em sua mente os personagens do texto: ela *cria* a figura do Chapeuzinho Vermelho, do lobo, do lenhador, do caçador; já a criança que vê TV, recebe todos esses personagens prontos: determinada imagem, tal tamanho, cor, som, movimento, etc. Ela não precisa se preocupar com nada, apenas em “ver”. Em muitos países as recomendações dadas pelos que pesquisam sobre televisão e criança são, fundamentalmente, que quanto menos televisão uma criança assiste, melhor, pois não sabemos ainda a influência que tais meios poderão exercer na formação da subjetividade dos seres humanos. (GUARESCHI, 2004).

Creio que as colocações acima alertam e sensibilizam sobre a importância e a relevância da mídia, principalmente eletrônica, na sociedade moderna. Perguntamo-nos agora sobre suas implicações no que se refere à democracia e à ética.

MÍDIA, CIDADANIA E ÉTICA

Como já preveni na introdução, tomo como objeto de discussão, nesta segunda parte, fundamentalmente, a mídia eletrônica, e de modo especial o rádio e a TV. Procedo desse modo, pois é essa a mídia que mais tem influência nos dias de hoje, por um lado, e onde mais se verificam problemas referentes à cidadania e aos direitos humanos, por outro.

Um ponto que deve ficar claro, de início, para melhor se compreender o problema que desejamos discutir, é a especificação das diferenças entre mídia impressa e mídia eletrônica. A mídia impressa, isto é, revistas, jornais, esse livro que você está lendo, é um tipo de comunicação onde cada pessoa escreve o que quer, como quer, dirigido a todas as pessoas, ou a públicos específicos, feita quando se quer. As revistas e jornais são, portanto, empresas como quaisquer outras: têm seus proprietários e esses dão a elas a orientação que desejam. Na história da imprensa escrita sabemos de sobejo que sempre existiram jornais, ou revistas, mesmo científicas, que se interessaram por determinados assuntos, que defenderam determinadas idéias e valores, assumiram tal posição teórica e política diante de determinados fatos e situações. Claro que cada uma delas tinha e tem de prezar pelo que diz e faz e com isso pode conquistar, ou não, importância, credibilidade e espaço político e social. Os controladores dessa mídia impressa são os próprios leitores. É

por isso que os leitores assinam as publicações que desejam e, através de sua assinatura, dão sustentação econômica a tais veículos. Se não mais lhes interessam, ou se discordam deles, cancelam sua assinatura. Nesse contexto, é absolutamente ridículo, como fazem determinados jornais, afirmar, até mesmo em editoriais, que são “neutros”, ou mesmo “objetivos”. Isso depõe contra o próprio meio e só pode servir como arma estratégica para iludir leitores e assinantes.

Outra coisa, completamente distinta, são os meios de comunicação eletrônicos, como o rádio e a televisão. Pela Constituição brasileira, eles são um serviço outorgado, isto é, eles não podem ter “donos”, pois eles são “concessões”, dadas por um determinado período de tempo, para prestar serviços como educação, arte, cultura (nacional e regional), respeitando os valores éticos e sociais (art. 221 da Constituição). Além disso, “os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio”. (art. 220 e 5º). São serviços públicos, como são as estradas, os correios, o telefone, etc. Ninguém paga, por isso, para ouvir uma rádio, ou assistir a determinado canal de TV aberta. Se uma televisão, ou rádio, é de canal aberto, não pode, por isso, ter dono, por um lado e, o que é importante, tem de ser um serviço público para toda a sociedade, por outro.

Além disso, deve-se frisar que entre os direitos humanos, há dois direitos que são totalmente ignorados pela maioria da população. Pesquisas por nós realizadas mostraram que 97% dos estudantes de fim de segundo grau desconhecem tais direitos, que são o “direito à informação”, isto é, de ser bem-informado e buscar a informação em qualquer lugar possível, sem restrição nenhuma; e o “direito à comunicação”, que é bem mais amplo, que consiste no direito de manifestar o pensamento, expressar a opinião, dizer sua palavra, “sob qualquer forma”. É importante frisar essa parte, “sob qualquer forma”, pois pode-se muito facilmente restringir tal direito a apenas uma manifestação “individual”, não incluindo a manifestação através da mídia, que é um serviço público exatamente com essa finalidade.

É a partir do que foi dito acima que passamos a fazer algumas considerações sobre os problemas, deficiências, restrições e falhas que vêm ferir uma verdadeira democracia e uma prática ética e participativa.

O que entendemos por democracia

Herbert de Souza, o Betinho, o grande pensador e ativista para a construção de uma sociedade mais humanista e justa, ao fim de sua vida foi se dando conta da importância da comunicação para uma verdadeira democracia. Sua afirmação recorrente passou a ser a seguinte: “O termômetro que mede a democracia numa sociedade, é o mesmo que mede a participação da população na comunicação.” É importante fundamentar essa afirmação. Começamos discutindo o que é uma sociedade democrática.

Apesar de não ser tão simples, é indispensável refletir sobre o que constitui uma verdadeira democracia. Retirei dum discurso do próprio Betinho, proferido na Organização das Nações Unidas, em preparação à Conferência de Cúpula para o Desenvolvimento Social, realizada em Copenhague, em 1994, algumas características que ajudam a definir o que seja democracia. Somente a democracia pode atender às questões de integridade social e superação das divisões e discriminações. A democracia é um valor ético, um conjunto de princípios que precisam ser perseguidos todo o tempo, e se concretiza através de cinco pontos fundamentais:

- igualdade: todas as pessoas, nessa sociedade, são fundamentalmente iguais no que se refere à dignidade fundamental da pessoa, que é igualmente sujeita de direitos e deveres;
- diversidade: na igualdade fundamental dos membros, é necessário respeitar as diferenças que constituem e singularizam os diversos membros dessa sociedade. Quando a igualdade elimina as diferenças, acaba-se com a igualdade. Boaventura Sousa Santos, na sua fala ao III Fórum Social Mundial, resume esses dois itens em uma afirmação que ajuda a iluminar essa dimensão ética da democracia: “Devemos ser iguais naquilo que nos inferioriza e devemos ser diferentes naquilo que nos descaracteriza (massifica)”;
- participação: numa sociedade todos são sujeitos de direitos e deveres. Como sujeitos devem, por isso, ter voz e vez, ter a oportunidade de poder se manifestar e contribuir à construção dessa sociedade comum. Ninguém quer de graça nem a liberdade, nem a igualdade: tudo isso tem de ser construído com a participação de todos;
- solidariedade: todos os valores acima têm de ser permeados pelo sentimento e pela emoção de ser solidário. A solidariedade é a emoção mais forte que a humanidade pode viver e experimentar. Solidariedade significa a convicção de que não somos os únicos; é aceitar a relação, fundamentalmente, a relação da igualdade de todos e dos direitos de cada um;
- liberdade: é uma conquista diária, através da participação com os outros. Nunca posso ser totalmente livre, se o irmão ou irmã, a quem devo ser solidário, sofre restrições básicas em sua humanidade. A plena liberdade só é conseguida quando todos os direitos são respeitados.

Democracia, participação e mídia

Dos princípios acima, o que é mais esquecido e excluído pela mídia é o da participação. A participação está intimamente ligada à questão da democracia e à questão mídia. Vou fundamentar um pouco mais a história dessa relação.

Quando falamos em democracia vem a nossa mente, de imediato, os antigos gregos. E há uma razão para isso. É que foi na Grécia que começaram a se tornar

comuns as cidades, ao menos como as conhecemos hoje. Até então, na maioria das formações sociais, as sociedades eram formadas por agrupamentos que tinham como chefes, ou líderes, patriarcas, ou pessoas carismáticas que exerciam sua liderança e autoridade. Na Grécia temos uma experiência nova: eram famílias igualitárias, convivendo num mesmo local, formando o que se denominou chamar *pólis*, a cidade. Ora, como instituir uma liderança, ou quem iria exercer a coordenação, entre essas famílias igualitárias? Pois foi ali que nasceu o que costumamos chamar *democracia*. Eles se reuniam (atenção, que eram ainda apenas os homens, sendo excluídas mulheres, crianças, escravos, etc.) num local amplo, a *ágora*, para discutirem e decidirem quem exerceria o governo e como deveriam ser as principais políticas públicas. Cada pessoa valia um voto. Agora atenção para um detalhe que, no nosso caso, é fundamental: nem todos os participantes eram considerados *cidadãos*, eram tidos como cidadãos apenas os que *falassem*, isto é, os que apresentassem um projeto, oferecessem um parecer, uma solução aos problemas propostos.

Na verdade, é nessa prática de falar, de se comunicar, que o ser humano se expressa, se exterioriza, como verdadeiro criador e agente da história, pois é então que ele sai de si mesmo e oferece o que alguém pode ter de mais profundo, original, único: sua criatividade, seu pensamento inovador. Em outras palavras, eram cidadãos, para os antigos gregos, os que *participavam* apresentando sua alternativa, seu pensamento criador. Somente os que falassem e contribuíssem com seu projeto, eram cidadãos da *pólis* grega.

Um pequeno parêntese, contudo, para explicitar o termo *participação*. Ele pode levar a equívocos. Quando falamos em participação, devemos distinguir ao menos três níveis de participação: a participação no planejamento, na execução e nos resultados. No que diz respeito à participação na execução, que é realizada por aqueles que produzem as coisas, em geral, se costumam registrar problemas de participação, pois são os trabalhadores que praticamente constroem a riqueza da nação. Quanto à participação nos resultados, isto é, quem fica com o fruto do trabalho, constatamos que ela se dá, em geral, de maneira altamente discriminada e injusta: somos, por exemplo, vice-campeões mundiais em má-distribuição de renda. A questão central é a participação no planejamento, pois é da participação nesse nível que dependem as outras duas, isto é, quem faz o que e com quanto cada um fica.

O que acaba de ser dito acima é importante para se colocar agora a questão fundamental: *a participação no planejamento só é possível, nos dias de hoje, através da mídia*. Na verdade, essa deveria ser a tarefa fundamental da mídia: instituir o grande debate nacional onde todos, organizadamente, são convocados a apresentar seu projeto e discutir a maneira de construir a cidade democrática. Poderíamos perguntar: existe tal participação em nossa sociedade?

Nós afirmamos, com o peito estufado, que somos e vivemos uma democracia. Mas têm os brasileiros oportunidade de apresentar seu projeto? Podem eles dizer sua

palavra? Nossa comunicação é realmente um *serviço público*, com a tarefa de ser porta-voz dos seus membros na construção da cidade que se quer? Os meios de comunicação são a nova *ágora*, imprescindível numa democracia e fundamental para a cidadania?

Vejam alguns dados sobre a situação brasileira. Infelizmente não possuímos dados específicos para diferenciar mídia impressa de mídia eletrônica. Mas isso não impede que possamos fazer uma idéia da situação geral. Por incrível que pareça, apenas no ano passado foi possível conseguir do Ministério das Comunicações dados sobre quem detém as concessões no Brasil; isso era considerado como segredo de estado. Mas o caso brasileiro registra uma escandalosa concentração dos meios de comunicação nas mãos de poucos. Dados da Federação Nacional dos Jornalistas revela que nove famílias (Marinho, Bloch, Santos, Saad, Frias, Mesquita, Levy, Civita e Nascimento Brito) controlam cerca de 90% de tudo o que os brasileiros lêem, ouvem e vêem através dos meios de comunicação social, conforme dados da Federação Nacional de Jornalistas. (FENAJ, 1991, p. 16). O que acontece no Brasil é, em parte, uma continuação do que aconteceu com as capitâneas hereditárias no início de nossa colonização: o Brasil foi loteado entre algumas famílias e, em sua estruturação histórica, essa concentração ainda se mantém. Venício Lima (2004) traça essa história, mostrando que o que existe hoje são enormes latifúndios midiáticos nas mãos de algumas famílias.

Mas isso ainda não é tudo: algumas organizações chegam a produzir, elas próprias, até 90% do que divulgam, chegando a se gloriar disso. Tal absurdo só é comparável a uma situação em que alguém detém o serviço de telefonia, que é um serviço público, e só ele pode telefonar; ou alguém que detém a concessão de uma estrada, mas só ele se permite nela transitar. Onde fica a “palavra” dos outros cidadãos/ãs? Como levar à esfera pública de discussão um sem-número de projetos, idéias, alternativas que são engendradas por tantos brasileiros e brasileiras anônimos espalhados por todo nosso Brasil? Será que a reflexão e criação de tantos brasileiros e brasileiras não poderiam contribuir para a solução de nossos inúmeros problemas? E como tornar pública a imensa produção de nossos artistas, criadores, construtores de nossa cultura?

No contexto de uma verdadeira democracia, como vimos acima, é crucial ainda ressaltar a existência, nas diversas sociedades, de diferentes formas de poder. Além do poder econômico, que tem como base a propriedade dos meios de produção, há ainda o poder político, que tem sua base na hegemonia, nas relações sociais e o poder simbólico, que tem como base a força legitimadora e definidora do real e que se apresenta, hoje, como um dos mais importantes devido, principalmente, ao desenvolvimento dos meios de comunicação. Fica evidente que quem detém os meios de comunicação passa a beneficiar-se também do poder simbólico. Os que puderem ter acesso aos recursos que criam e garantem esse poder simbólico, terão muito mais possibilidades de influenciar política e culturalmente uma sociedade. No nosso caso, é apenas um mínimo de pessoas que partilha desses recursos. Tal situação contribui para a inexistência de uma verdadeira democracia. São evidentes as implicações éticas que daí derivam.

A partir do quadro acima, podemos identificar agora quais as possibilidades reais para a concretização dos direitos humanos à informação e à comunicação que mencionamos anteriormente. Pode-se afirmar, em sã consciência, que tais direitos estão sendo respeitados? Fica evidente também a ausência de democracia quando inexitem possibilidades de *participação* efetiva dos cidadãos/ãs na *comunicação*, isto é, no planejamento da cidade e na discussão dos projetos possíveis e viáveis para a solução dos problemas nacionais. Se as questões discutidas acima, na primeira parte deste capítulo, são verdadeiras, isto é, que a mídia constrói a realidade, com valores, monta a agenda de discussão e constrói também a subjetividade humana, podemos, então, fazer uma idéia da importância que a mídia exerce numa sociedade, principalmente no que tange às questões políticas, democráticas e éticas.

Um círculo vicioso

O aprofundamento da reflexão sobre a prática da mídia, principalmente eletrônica, numa sociedade como a nossa, revela a existência de uma espécie de *círculo vicioso* difícil de ser rompido para quem pensa a comunicação em termos de participação, democracia e direitos humanos, chegando-se à constatação de que os meios eletrônicos são, até certo ponto, imprescindíveis na própria luta para se conseguir uma verdadeira democracia; ou ao menos que uma verdadeira democracia não pode ser conseguida e mantida sem o auxílio da mídia.

Essa questão é delicada e complexa. Quando se discutiu a legislação sobre a comunicação social na Constituinte de 1988, os *lobbies* dos “empresários” da comunicação se fizeram presentes e atuantes na criação de leis que ajudassem a perpetuá-los no poder. Conseguiram, por exemplo, que fosse colocado o parágrafo 2 do art. 223 rezando que a “não-renovação da concessão ou permissão dependerá da aprovação de, no mínimo, dois quintos do Congresso Nacional, em votação nominal”. Tal lei dificulta enormemente a possibilidade de se retirar uma concessão, principalmente porque os parlamentares, tanto da Câmara como do Senado, que tentarem impedir a renovação, serão, certamente, marcados e postos na lista do anonimato pela própria mídia. Como vimos acima, é a mídia quem coloca a agenda de discussão. A força da mídia não está, portanto, apenas em “construir a realidade”, mas também em “ocultar a realidade”; isto é, se algo não aparece na mídia, para a imensa maioria da população, essa questão deixa de “existir”. Nesse sentido, os parlamentares que possivelmente se coloquem contra a mídia, praticamente desaparecerão do cenário político e, conseqüentemente, terão enormes dificuldades de se reeleger.

Outro exemplo desse domínio político da mídia se deu na questão de instituição e regulamentação do Conselho de Comunicação Social (art. 224), que deveria reger a maneira como a comunicação deveria atuar para poder ser um serviço público. Tal conselho foi instituído apenas em 1991, mas sua regulamentação

se deu apenas em 2002, denominado Comissão de Comunicação Social. Tais delongas são propositais, pois desse modo os meios podem continuar abertamente sua política interesseira.

Mas a contradição mais central desse *círculo vicioso* é que a educação para uma leitura crítica da mídia e para uma educação cidadã e democrática, isto é, de respeito aos direitos das pessoas à informação e à comunicação, não poderá se materializar sem a participação da própria mídia. Por isso a própria Constituição exige que a educação deva ser uma das finalidades preferenciais da comunicação. Quem dentre nossa população sabe, por exemplo, que as rádios têm concessão por dez anos, e as TVs, por quinze anos? Qual o meio de comunicação que informa aos seus ouvintes ou telespectadores o dia, mês e ano de término de sua concessão? Em investigações feitas com alunos do fim do Ensino Médio, constatou-se que 95% deles nem sabiam que rádios e TVs têm uma concessão temporária. A pergunta que se coloca é: por que tais situações são absolutamente ignoradas pela população? Uma mídia que propugnasse por uma comunicação democrática não deveria informar e educar para tais realidades? Sendo que vivemos uma concentração escandalosa da mídia nas mãos de algumas famílias, pode-se concluir que é uma tarefa extremamente difícil quebrar o círculo vicioso desses oligopólios.

CONCLUSÃO

A pergunta que necessariamente se coloca é saber se há alternativas e possibilidades para se pensar e construir uma mídia democrática, participativa e ética. Algumas coisas podem, tentativamente, ser apresentadas.

Se formos examinar as práticas de outros países, vamos constatar que alguns já progrediram muito nesse ponto. O melhor exemplo é o da Inglaterra, onde os meios de comunicação são controlados pela sociedade civil. Os que coordenam a comunicação são pessoas escolhidas dentre as da sociedade civil, representando todos os segmentos da sociedade, como universidades, Igrejas, movimentos populares, sindicatos, etc. O controle da mídia é exercido por pessoas independentes do governo, por um lado, e sem necessitar se subordinar às leis do mercado, por outro. Entre Cila e Caribde, isto é, entre o mercado e o estado, como mostra Thompson (1995). Por isso gozam de maior liberdade e podem questionar qualquer instituição, qualquer grupo, inclusive, o governo. Quando há alguma crítica a fazer, é a própria sociedade civil, através de seus representantes, que interpela essa mídia. O exemplo inglês, de uma mídia pública, constituída e gerida pela sociedade civil, é considerado como a melhor experiência mundial. (LEAL FILHO, 1997).

Mas mesmo aqui no Brasil já estão aparecendo algumas iniciativas inteligentes e que estão se mostrando eficazes, como é o caso da criação, pela Comissão de Comunicação, da Comissão de Acompanhamento à Programação de Rádio e Televisão (CAP), ligada à Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados. Sua campanha “Quem financia a baixaria é contra a cidadania”¹ tem mostrado resultados imediatos e palpáveis.

A comunicação é um serviço público que tem como tarefa fundamental a discussão do projeto nacional, isto é, possibilitar a palavra a todos e todas para que eles e elas possam expressar seu pensamento, manifestar sua opinião, apresentar seu projeto de vida em sociedade. Se essa possibilidade não existe, a ética deixa a desejar. Quando o direito à comunicação é diminuído, ou impossibilitado, é o próprio ser humano que é prejudicado em sua plena realização, como muito bem afirma Gomes:

O cerceamento da comunicação, da liberdade de comunicação, por qualquer motivo, ocasiona uma diminuição da capacidade de ser gente. Isto é, a falta de comunicação torna-se opressão e dominação sobre as pessoas, limitando o direito de ser. (1989, p. 30).

É importante acentuar novamente que o direito à comunicação é um direito *de todos* os cidadãos e cidadãs. Na maioria das vezes, ao se falar em direito à informação e comunicação, a primeira coisa que se menciona é o perigo da censura contra a mídia instituída, como se só ela tivesse direito de falar. Mas nunca se questiona o fato de que, de fato, é só ela que fala, impossibilitando, desse modo, que a imensa maioria da população possa dizer sua palavra. O fato de ter uma concessão não me dá direito a falar sozinho. Tal concessão é concedida exatamente para que toda sociedade possa tornar públicos seus projetos e criações.

Retomando a discussão sobre as características de uma verdadeira democracia, podemos nos perguntar: Quais as possibilidades das pessoas, ou dos grupos organizados, de poder participar, dizendo sua palavra e apresentando seu projeto através da mídia? O desrespeito à diversidade das pessoas termina por criar uma homogeneização, uma massificação, um anonimato da maioria da população.

A democracia e a ética exigem que se escute o outro. “Ouvir a voz do outro é exatamente ter consciência ética”, como diz, com extrema pertinência, o filósofo Dussel (1986, p. 56). O grande escândalo da comunicação em nossa sociedade brasileira reside exatamente no fato de que a realidade da mídia como ela existe, impede as pessoas de falarem. Como poder ouvir a voz dos outros, se eles estão impossibilitados de falar? Eis a questão fundamental: enquanto não forem muda-

.....
¹ Essa campanha, iniciada há pouco mais de um ano, recolhe reclamações e denúncias de qualquer cidadão, escreve pareceres e os envia ao Ministério Público, às emissoras responsáveis e principalmente aos patrocinadores dos programas. O endereço eletrônico para reclamações é: www.eticanatv.gov.br

das as condições que impossibilitam as pessoas de falar, de dizer o que pensam, de manifestar seus projetos, não podemos falar numa verdadeira democracia.

A consciência de que a construção da cidadania e da democracia passa pela discussão do papel exercido pelos meios de comunicação social está ainda em seus inícios. Compreendo o ser humano como um ser dialógico, relacional, que se vai construindo a partir das relações que vai estabelecendo com os outros seres humanos. Sem perder sua singularidade, pois continua sempre sendo um ser único e irrepetível, sua subjetividade é composta dos milhões de relações que ele estabelece durante toda sua existência. Tal concepção exige a possibilidade de que todos os seres humanos possam se comunicar, pois somente aqueles que participam com sua palavra podem se realizar plenamente como seres humanos. Reconhecer o “outro” como pessoa com quem entramos em diálogo, e não como um simples “indivíduo” que está ao nosso lado e com quem entramos em contato pelo simples motivo de sobrevivência, em potencial competição conosco. Na afirmação de Dussel (1977 p. 98), no reconhecimento dessa alteridade, que se dá fundamentalmente através da comunicação, “consiste toda eticidade da existência”.

REFERÊNCIAS

- BOURDIEU, P. *A miséria do mundo*. Petrópolis: Vozes, 1997.
- CASTELLS, M. *A era da informação: economia, sociedade e cultura*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1998. 3 v.
- DUSSEL, E. *Ética comunitária: liberta o pobre!* Petrópolis: Vozes, 1986.
- FENAJ. Federação Nacional dos Jornalistas. *Proposta dos Jornalistas à Sociedade Civil*. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1991.
- GOMES, P. G. *O direito de ser: a ética da comunicação na América Latina*. São Paulo: Paulinas, 1989.
- GUARESCHI, P. *Psicologia social crítica: como prática de libertação*. Porto Alegre: Edipucrs, 2004.
- LEAL FILHO, L. *A melhor televisão do mundo*. São Paulo: Summus, 1997.
- LIMA, Venício. *Mídia: teoria e política*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.
- MORAES, D. *Planeta mídia*. Campo Grande: Letra Livre, 2004.
- RAMONET, I. *A tirania da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 1999.
- THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era da comunicação de massa*. Petrópolis: Vozes, 1995.
- _____. *O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia*. Petrópolis: Vozes, 2003.