



Silvana Beline*
Enzo de Lisita**
José Querino Tavares Neto***

**(RE) VISITANDO AS PERSPECTIVAS
MIDIÁTICAS À LUZ DA
CONSTITUIÇÃO FEDERAL:
A RELAÇÃO DA MÍDIA COM
O GRANDE CAPITAL
E O SEU DISTANCIAMENTO
DOS DIREITOS E DAS
GARANTIAS FUNDAMENTAIS**

RESUMO: O presente artigo analisa a relação entre a mídia, mais especificamente a televisão, e os dispositivos constitucionais que garantem o livre exercício da imprensa, bem como os dispositivos que evitam que abusos cometidos pela mídia violem outras liberdades e garantias constitucionais. A análise passa também pela relação e a dependência que a mídia possui com o grande capital, tornando a notícia mera mercadoria, enquanto tal distanciada dos interesses comuns da coletividade e do indivíduo que estão também assegurados na lei maior.

PALAVRAS-CHAVE: Imprensa, Liberdade, Constituição

Das sete constituições brasileiras, a atual, a de 1988, é a que mais garantiu e garante a liberdade de expressão e a liberdade de imprensa. Estas prerrogativas encontram-se no artigo 5º, no Título II - Dos Direitos e Garantias Individuais. Nele, é protegida a livre manifestação de pensamento, é proibido o anonimato (inciso IV), garantidos a livre expressão de comunicação, independente de censura (inciso IX), o acesso à informação e o sigilo da fonte (inciso XIV).

O mesmo artigo 5º protege o cidadão contra abusos cometidos pela mídia, oferecendo o direito de resposta, preservando a vida privada, a honra e a imagem das pessoas. Não foi sem propósito que durante a promulgação da nova Carta Magna, em 5 de outubro de 1988, o presidente da Assembléia Nacional Constituinte, Ulisses Guimarães, denominou-a de constituição cidadã.

A Constituição ainda reservou dentro do Título VII - Da Ordem Social - um capítulo, o V, artigos 220/224, para a Comunicação Social. Nele são reforçadas a livre manifestação de pensamento, a liberdade de informação e a proibição da censura. Nesse título é determinado ainda que a produção de televisão deve atender a finalidades educativas, artísticas, culturais, respeitar valores éticos e sociais da pessoa e da família, dentre outros.

O manto do legislador de 1988 abrangeu na mesma proporção o livre exercício da liberdade de imprensa e de expressão e coibiu abusos porventura praticados pela ou através da mídia. Trata-se de um equilíbrio que pode ser comparado a concepção montesquiana de freios e contrapesos dos poderes, de forma a assegurar que uma garantia não se sobreponha a outra, ocasionando, em hipótese, uma hipertrofia de poderes a um determinado segmento da sociedade.

Parte das críticas desferidas sobre o papel exercido pela mídia hodiernamente colocam-na como mero produtor de mercadoria, dentro de uma engrenagem ainda maior dos poderes político e econômico, transformando o leitor, o ouvinte e o telespectador apenas como consumidores, constantemente lesado, diga-se de passagem.

Das quatro formas de mídia, impresso, rádio, TV e internet, o presente trabalho optou em abordar mais a televisão, que, se em termos de números de audiência e/ou de receptores perde para o rádio, no tocante à penetração, é a de maior influência na sociedade e a que trabalha a emoção com maior ênfase. Afinal, estudiosos costumam dizer que televisão é imagem, que televisão é emoção. De outro lado, a

emoção é um elemento que pode ser usado para a manipulação, a história é repleta de exemplos.

CÂMERA OCULTA

Partindo da premissa de que a notícia é apenas mais uma mercadoria no grande balcão do capitalismo, são inúmeros os elementos usados pela mídia que fortalecem tal assertiva. Como exemplo encontra-se um “fenômeno” que vem sendo bastante usado na televisão brasileira, o uso da câmera escondida para fazer o que alguns denominam de reportagem/denúncia, ou jornalismo investigativo. Aqueles que defendem o uso sem critérios dessa ferramenta relevam o meio, desde que se chegue ao fim desejado, mesmo que se passe por cima das garantias constitucionais do *direito à intimidade, vida privada, honra e imagem das pessoas* (art. 5º X). Hoje esse mecanismo é muito usado, não importa a emissora ou a linguagem do telejornal. Alguns argumentam que ao fazer uso de tal técnica, está a se defender direitos do cidadão! Argumento duvidoso.

Fazendo uma análise pela ótica dos que entendem ser a câmera oculta uma ferramenta mercadológica para a venda de produtos, incluindo-se aí a informação, torna-se ela mais uma ferramenta da tecnologia que ajuda na venda da mercadoria, mais barata e mais ágil, consequência disso, de produtividade eficiente. Tem ainda a “vantagem” de reduzir gastos com a mão-de-obra, pois dispensa a necessidade do trabalho do cinegrafista. Um faz o trabalho de dois.

A possibilidade de gravação de qualquer conteúdo sem o conhecimento prévio do interlocutor, além de ferir os preceitos constitucionais anteriormente nominados, não encontra simpatia da doutrina. Neste sentido, “para nós, qualquer desses meios de se captar o som ou a imagem, clandestinamente, bem como qualquer tipo de distorção de uma gravação, constitui-se em gravação ilícita” (Szaniawsk, *apud* Moraes, p.57). Guerra (1999), em trabalho que analisa especificamente conflitos existentes entre os preceitos cons-

titucionais do direito à liberdade de imprensa e do direito à imagem, entende que “[...] há limitação clara e expressa no próprio texto constitucional e insistir na afirmação de que a imprensa é plenamente livre, sem exceções, seria uma violência ao próprio Estado de Direito, que concebe de forma clara as liberdades públicas” (p. 101). Da mesma forma, Canotilho (1996, p. 644) parte da premissa de que a liberdade de imprensa “[...] pode considerar-se em colisão com outros direitos pessoais como o direito ao bom nome e reputação, à imagem e à reserva da intimidade da vida familiar”. Por sua vez, Bobbio (1992) ressalta que os direitos do indivíduo constituem-se como base para a consolidação de um Estado de Direito. Silva (2001, p. 101) lembra que “[...] insistir na afirmação de que a imprensa é plenamente livre, sem exceções, seria uma violação ao próprio Estado de Direito, que concebe de forma clara as liberdades públicas. O quarto poder não pode impor a sua vontade, contrariando a vontade expressa em Lei Maior”.

Silva (2007, p. 210), constata que é cada vez mais notório que a intimidade e a vida privada do cidadão estão vulneráveis por “divulgações ilegítimas por aparelhos registradores de imagem, sons e dados”, consequência disto, a Constituição Federal foi “explícita em assegurar ao lesado, direito à indenização por dano material ou moral, decorrente da violação da intimidade, da vida privada, da honra e da imagem [...]”. Na mesma linha segue o pensamento de Moraes, quando se posiciona no tocante às penalidades a que se sujeitam os que abusam dessa liberdade.

A liberdade de imprensa em todos os seus aspectos, inclusive mediante a vedação de censura prévia, deve ser exercida com a necessária responsabilidade que se exige em um Estado Democrático de Direito, de modo que o desenvolvimento da mesma para o cometimento de fatos ilícitos, civil ou penalmente, possibilitará aos prejudicados plena e integral indenização por danos materiais e morais, além do efetivo direito de resposta. (Moraes, 2005, p.46)

A câmera escondida leva à discussão de outro parâmetro ético/legal. Com o minúsculo equipamen-

to oculto o profissional de comunicação não se identifica com a fonte, representa um personagem que não é ele. Tal conduta pode levar a uma tipificação do crime de falsa identidade (Código Penal, artigo 307, pena de três meses a um ano). Se o repórter entra em uma repartição pública se passando, por exemplo, por um segurado dado como morto e que por isso teve a aposentadoria cancelada, esse jornalista ou radialista não está se apresentando como profissional de imprensa. Está enganando a fonte, o preceito maior de dizer a verdade é deixado de lado. Uma consequência dessa conduta leva a outras reflexões: é possível crer em um jornalista que mente para obter uma informação, por mais importante que essa seja? Se esse referido profissional mentiu para conseguir uma notícia, não pode também mentir quando transmite outra notícia?

Os tribunais não têm hesitado em coibir aqueles que abusando das liberdades constitucionais conferidas à pena, ao microfone e à câmera, teimam em ofender outros direitos e garantias fundamentais. Como exemplo, uma breve pesquisa pelo Tribunal de Justiça de Goiás aponta que a corte estadual maior tem se posicionado no sentido de punir aqueles que abusam das garantias constitucionais da liberdade de expressão.

DIREITO CONSTITUCIONAL DE INVIOABILIDADE DA HONRA E DA IMAGEM. COLISAO DE PRINCIPIOS CONSTITUCIONAIS FUNDAMENTAIS. PROPORCIONALIDADE. ABUSO DO DIREITO DE NARRAR E DA LIBERDADE DE EXPRESSAO CONFIGURADO. 'QUANTUM' INDENIZATORIO. 1 - O MANIFESTO PUBLICO DE PENSAMENTO E OPINIAO QUE DESABONA A CONDUTA E A HONRA DA PESSOA OBJETO DA SUPOSTA CRITICA CONSUBSTANCIA-SE EM ABUSO DO DIREITO DE NARRAR E DA LIBERDADE DE EXPRESSAO, MORMENTE, SE NO EXERCICIO DE ATIVIDADE JORNALISTICA, O AGENTE EXTRAPOLA OS LIMITES DA LEGALIDADE E DA RAZOABILIDADE, PROFERINDO AFIRMACOES DESONROSAS E OPINIOES DE CUNHO PESSOAL QUE REFLITAM NEGATIVAMENTE NA HONRA OBJETIVA E SUBJETIVA DA VITIMA. APELACAO CIVEL 91215-7/188 / 2ª CÂMARA CÍVEL, TJ-GO, PUBLICADO EM DJ 15120 DE 08/11/2007

A LIBERDADE DE IMPRENSA NAO SE PRESTA A EXIMIR OS AGENTES CAUSADORES DE DANO MORAL DA RESPONSABILIDADE PELO ATO QUE ORIGINOU O PLEITO INDENIZATORIO, DIANTE DO DIREITO DO INDIVIDUO DE TER SUA INTIMIDADE, PRIVACIDADE, HONRA E IMAGEM RESGUARDADAS, NOS TERMOS DOS ARTIGOS 5º, X E 220 PARAGRAFO 1º DA CONSTITUICAO FEDERAL [...] O QUANTUM INDENIZATORIO POR DANOS MORAIS DEVE SERVIR COMO PUNICAO AO CAUSADOR DO DANO.” APELACAO CIVEL 84276-0/188 TJ/GO EM 28/06/2005

O PRINCÍPIO CONSTITUCIONAL DA LIBERDADE DE IMPRENSA QUE E INTENSO, MAS NAO ABSOLUTO, DEVE SER EXERCITADO COM CONSCIENCIA E RESPONSABILIDADE, EM RESPEITO A DIGNIDADE ALHEIA, PARA QUE NAO RESULTE EM PREJUIZO A HONRA, A IMAGEM E/OU A ETICA PROFISSIONAL. COMPROVADO O EXCESSO NA INFORMACAO, SURGE O DEVER DE INDENIZAR. APELACAO CIVEL 76234-3/188, 1ª CÂMARA CÍVEL, TJ-GO, PUBLICADO EM DJ 14480 DE 28/03/2005.

Mas ressalta-se um alerta àqueles que operam as diversas mídias; a liberdade de imprensa é antes de tudo, um direito do cidadão, antes e mais do que a liberdade conferida aos donos de empresas jornalísticas e aos profissionais de comunicação. “A liberdade destes é reflexa no sentido de que ela só existe e se justifica na medida dos direitos dos indivíduos a uma informação correta e imparcial. A liberdade dominante é a de ser informado [...]” (Da Silva, 2007, p. 247).

A NOTÍCIA COMO MERCADORIA

Analisando sob o prisma da economia política é possível deduzir que a divulgação de notícias é um mero componente do sistema reprodutor da mercadoria (notícia), onde a máxima pragmática de que mais vale o resultado (audiência) é um atalho para levar ao melhor faturamento. Fica a evidência de que a mídia, e em especial a televisão, mais do que um produtor de informação e entretenimento de qualidade, insere-se e é absorvida pela lógica das classes dominantes econômica e politicamente, que detentoras dos meios de produção e do teatro político,

possuem a espada, a balança e a pena, para manter a mídia sob vigilância e servindo a seus interesses. Por outro lado, fica também evidente que a mercadoria (notícia) que atrai o consumidor (telespectador), e gera mais audiência (lucro), não representa necessariamente a divulgação da verdade, não representa mais prestação de serviço à comunidade. Uma rápida movimentação do controle remoto brasileiro comprova isso.

Crítico contundente da televisão, Bourdieu (1997, p.63), em palestra no *Collège de France*, posteriormente publicada, entende que a audiência e a verdade costumam caminhar em sentidos opostos “[...] quanto mais um órgão de imprensa ou um meio de expressão qualquer pretende atingir um público extenso, mais ele deve perder suas asperezas [...] mais ele deve aplicar-se em não ‘chocar ninguém’, como se diz, em jamais levantar problemas ou apenas problemas sem história [...]”. Ainda na mesma obra, o sociólogo francês aborda a influência que a grande audiência exerce na sociedade e os consequentes efeitos sobre a mesma. No mesmo diapasão, afirma: “o universo do jornalismo é um campo, mas que está sob a pressão do campo econômico por intermédio do índice de audiência. E, esse campo muito heterônimo, muito fortemente sujeito às pressões comerciais, exerce, ele próprio, uma pressão sobre todos os outros campos” (Bourdieu 1997, p. 77).

O pensador francês (1987) traz lume à proposta, com a conceituação de *habitus*, enquanto conjunto de esquemas de classificação da realidade que se interiorizam pelos mais diversos processos estruturados e estruturantes relacionados às práticas e às regularidades de conduta; e de *campo*, que, por sua vez, é estruturado pelas posições sociais, derivadas de leis e regras próprias, ou seja, *estrutura de relações objetivas*; derivadas do poder simbólico, invisível e proveniente da cumplicidade entre os que o exercem e os que a ele se submetem.

A mídia, a economia, o direito, a educação, assim como outras formas de poder simbólico, na condição de processos de dominação, funcionam de modo

próprio e com características específicas, enquanto modos de produção da sociedade. A mídia, o direito, o mercado, a religião, a família, a escola, entre outras instâncias, operam numa sociedade concreta e determinada, existindo uma clara relação entre mídia/dominação na procura, produção e consumo de bens, incidindo numa relação transacional, ou seja, a produção de legalidade/legitimidade.

Pode-se inferir da realidade midiática o ensejo de produção de bens simbólicos, diretamente relacionados à estrutura social, com forte tendência à reprodução da conjuntura social, altamente regulada pela estrutura interna do campo mídia/economia, e este sendo estruturado/estruturante.

Para garantir a permanência da dominação, Bourdieu (1999) ressalta o trabalho de eternização competente por instituições interligadas que concorrem para garantir a perpetuação das relações de dominação, ou seja, igreja, Estado, escola, o direito, o mercado etc.

A estandartização da produção midiática, que consegue produzir e distribuir em escala global o seu conteúdo, com custos reduzidos através de uma eficiente rede de distribuição, se completa com um consumo padrão *fast food* e rapidamente degradável, que cabe dentro da gôndola de supermercado e fica longe dos padrões éticos recomendáveis. Assim se posiciona Thompson, que causticamente conclui o raciocínio afirmando que o “advento da mídia não foi uma boa notícia para a ética”. No dizer do autor (2001, p. 224), “[...] a recepção dos produtos da mídia se tornou apenas uma outra forma de consumo, uma fonte de excitação, divertimento e prazer [...] em termos de importância ética, há bem pouca diferença do consumo de refrigeradores, de batatas ou de qualquer outra mercadoria” (Thompson, 2001, p. 224).

Esta é uma das conseqüências do fato de a informação ter sido transformada em produto pelos grandes grupos de comunicação e de entretenimento. Na outra ponta, ou seja, no lugar do receptor, seja ele telespectador, ouvinte ou leitor, perde-se a condição de cidadão, com direitos e garantias, para surigir um

consumidor que apenas adere a uma relação de consumo, daí decorrendo a contradição entre ser cidadão e consumidor ou meramente um consumidor. Mas, “[...] ouvintes e espectadores não são apenas consumidores, mas também cidadãos com direito à participação cultural, à observação da vida política e à voz na formação da opinião” (Habermas, 2007). Este é o diferencial que necessita ser observado e transformado por aqueles que operam a mídia, no caso em estudo, a televisão, principalmente observando-se as obrigações que a Constituição de 1988 determinou nos artigos 220/224, e que nunca é demais repetir que a produção de televisão deve atender a finalidades educativas, artísticas, culturais, que deve respeitar valores éticos e sociais da pessoa e da família, dentre outros.

Merece considerarmos a visão frankfurtiana desta problemática. Acusados de uma visão pessimista ou mesmo elitista, Adorno e Horkheimer (1985) se preocuparam em denunciar o processo da razão científica instrumental, que por meio da *Indústria Cultural* – conceito cunhado pelos autores – subverte qualquer lógica pela subordinação mercadológica da cultura.

Na ótica frankfurtiana, a cultura de massa, longe de produzir o esclarecimento, subordina a cultura à finalidade mercadológica, criando uma semicultura, visto seus elementos meramente reprodutivos, consumistas e destituídos de razão emancipatória (Adorno e Horkheimer 1985, p. 139).

O capitalismo, com sua lógica de dominação, substitui a cultura verdadeira por um produto (Barros Filho e Sá Marinho, 2003, p. 133), que Thompson parece condensar de forma elucidatória:

Horkheimer e Adorno argumentaram que o surgimento das indústrias de entretenimento como empresas capitalistas resultou na padronização e na racionalização das formas culturais, e esse processo, por sua vez, atrofiou a capacidade do indivíduo de pensar e agir de uma maneira crítica e autônoma. (Thompson, 2000, p. 133)

A Indústria Cultural se perpetua numa perspectiva ideológica, tal qual o personagem de Ulisses, que

se deixa atar ao mastro no navio pela sedução do canto das sereias (Adorno e Horkheimer, 1985, p. 445). Neste sentido, é fundamental repensar o papel das constituições enquanto componente condicionante e estruturante para a (re)construção do *ethos* emancipatório numa sociedade transnacional e global de riscos compartilhados, dominada pela lógica do mercado, pela cultura do consumo e pela indústria do entretenimento (Adorno e Horkheimer, 1985).

OPINIÃO

Outro caminho utilizado na televisão para transformar conteúdo jornalístico em produto, seja como mercadoria ou como idéia mesmo, é o mecanismo de inserir a opinião como se notícia fosse. Quando a empresa dá a sua opinião está mostrando ao telespectador a sua visão sobre determinado assunto. Se tal posicionamento é feito de forma clara e transparente, não restando dúvida de que é uma opinião, configura-se aí o exercício da liberdade de expressão constitucionalmente assegurada e consolidada como padrão das democracias burguesas ocidentais.

Todavia, nem sempre a opinião é exteriorizada de forma clara e transparente, sendo transformada em notícia/mercadoria, vendida de forma sutil, imperceptível para a grande massa de *teleconsumidores*, através de técnicas simples, através de um “[...]sutil movimento de câmera, que aproxima o rosto do apresentador” (Bucci, 2005 p.108). Com esse movimento imperceptível, quem não tem o domínio da técnica televisiva acaba absorvendo determinada opinião como se fosse uma informação qualquer. É a “liberdade de empresa”, ironicamente apontada por Rossi (1980 p.41).

Tal realidade evidencia-se mais incisiva justamente na televisão, justamente em decorrência de ser um veículo mais “democrático” no sentido de abrangência e de linguagem, de melhor assimilação pelos receptores, conseqüentemente mais visado e

vigiado pelo capital e pelo poder. Essa maior vigilância afeta as redações que assumem por vezes uma posição defensiva no tocante a controle de conteúdo. Para Sodré (2002, p.74), “em regimes de normalidade, o jornalismo eletrônico costuma não passar de uma espécie de diário oficial da sociedade de consumo. E, em certos espaços nacionais, a autocensura jornalística, imposta pelos proprietários em função de seus interesses empresariais, pode ser tão ou mais severa que o controle do Estado”.

A reflexão sobre a pressão que o poder exerce internamente nas redações, alterando conteúdos, gerando notícias manipuladas, não verdadeiras, que objetivamente ferem diversos preceitos constitucionais¹, além daqueles inseridos no artigo 5º que garantem a liberdade de imprensa, o sigilo da fonte e proibem a censura, dentre outros, não são um fenômeno pátrio, pelo contrário, vêm se acentuando neste mundo “sem fronteiras” da globalização. Reportemo-nos novamente à obra de Sodré (2002, p. 80):

¹ Por ex: Art 1º : direito a cidadania, pluralismo político; Art 3º : construir uma sociedade livre, justa e solidária etc.

É hoje evidente que os grandes grupos editoriais e de comunicação social integram cada vez mais *holdings* ou conglomerados de produção. Especialistas prevêem que, num futuro próximo, será difícil distinguir a atividade comunicacional daquela realizada pelas grandes empresas que ostensivamente atendem a diferentes mercados. Isto equivale a dizer que a informação necessária aos processos sociais estará integralmente apropriada por esses sistemas, reduzida a dados de mercado e gerando decisões mercadológicas.

TEATRO MANIQUEÍSTA

Fruto de uma presumível grande audiência ou gerador da mesma, o papel exercido por determinados profissionais que assumem diante de uma câmera a aura de donos da verdade, a função de torquemadas² virtuais, que reinam absolutos sobre todos, constitui-se em outro malefício da mídia e que não raras vezes ofende inclusive a constituição. Um apresentador de televisão que ao pedir “demo-

² Relativo a Tomás de Torquemada, espanhol que no Século XV representava a força e a mão de ferro da Inquisição da Igreja Católica.

craticamente” a opinião dos telespectadores sobre se o Brasil deve ou não adotar a pena de morte ataca frontalmente o princípio constitucional da cláusula pétrea que não admite a pena capital no país.

Nos programas dedicados a temas criminais, o duelo maniqueísta do bem contra o mal, exercido de forma inquisitorial, sem a utilização de quesitos mínimos do contraditório e da defesa, não passa de um teatro bufonesco em busca de audiência encenado por âncoras histriônicos, verdadeiros “atores e atrizes que se valem teatralmente da própria máscara para um jogo sutil de esgares e trejeitos, onde a acusação vem servida com seus ingrediente já demarcados por um olhar moralizante e maniqueísta” (Batista, 2007 p. 14), fruto de um roteiro pré-estabelecido que define quem vai exercer a função de vilão e quem vai exercer o papel de bom ou de vítima, permitindo a audiências hipodermicamente³ uivar e delirar.

³ Relativo a uma das primeiras teorias da comunicação que encara a recepção (no caso o telespectador) com um mero absorvedor de conteúdo que, passivamente, recebe e aceita o que lhe é difundido pela mídia.

Bourdieu (1997, p. 65) ao inserir no mesmo caldeirão apresentadores, âncoras, comentarista, animadores, adjetiva-os como diretores de consciência, “os porta-vozes de uma moral tipicamente pequeno burguesa, que dizem o que se deve pensar, sobre o que chamam de os problemas da sociedade”. Ou seja, reinam absolutos sobre os fatos e as verdades, ou mentiras, que criam e divulgam. Eles têm o poder de, por exemplo, ao chamar um intervalo, cortar um discurso; ou, ao pronunciar um emocionante e retórico libelo, exercitar um poder que nem o Judiciário possui; condenar sem permitir o contraditório.

RELAÇÕES PROMÍSCUAS

A relação da mídia com o poder no Brasil é histórica e promíscua, volta-se à chegada da Imprensa Régia, junto com a família imperial na primeira década do século XIX.⁴⁴ Verdade se diga que também exerceu papel digno em determinadas oportunidades, mesmo que por ventura estivesse à serviço de interesse ocultos. A campanha abolicionista, a cam-

panha civilista, a redemocratiza de 1945, a campanha diretas já, são alguns exemplo.

Os episódios foram muitos. Por exemplo: fez um ditador promulgar um decreto para satisfazer o interesse de Assis Chateaubriand, que exigiu uma mudança na norma que regulava a guarda de filhos de pais desquitados para ter junto a si a filha. Temos ainda a Constituição de 1946 que permitia aos jornalistas não pagarem imposto de renda, e, depois, os beneplácitos que o dono do jornal O Globo ganhou ao alinhar a sua recém presenteada televisão no Rio de Janeiro, como porta-voz do regime então recém instalado.

A denominação da mídia como Quarto Poder, como se viu, tomou significado pejorativo, distante da visão de que a mídia é esse poder. Deveria sim exercer uma função de fiscalizadora dos poderes em prol da sociedade e do equilíbrio dos poderes políticos e constitucionais. Em ensaio sobre o tema, Carpizo (2002, p. 157) define o papel da mídia no Estado Democrático de Direito:

Se habla de los medios como de um cuarto poder – adicional al legislativo, ejecutivo y judicial – lo cual no es tecnicamente correcto porque no son de carácter político sino ideológico. Tampoco es correcto hablar de los medios como un contrapoder porque son realmente um poder que en el juego y rejuego de los diversos poderes en una sociedad, se equilibran entre si a través de pesos y contrapesos que se derivan del orden jurídico y la fuerza e influencia de cada poder em esa sociedad que al final de cuentas debe expresarse dentro del marco de lass normas jurídicas.

Incluso se há llegado a afirmar que los errores judiciales no pueden ser corregidos si no es con la ayuda de los médios [...] los medios funcionan como pesos y contrapesos de los otros poderes sociales. (Carpizo, 2002, p. 157)

LIBERDADE DE IMPRENSA

Questionar os que utilizam os princípios constitucionais garantidores da liberdade de expressão para cometer abusos ou ferir outros preceitos, não significa querer amordaçar a mídia, pelo contrário. É bom lembrar que as garantias insculpidas no Artigo 5º e

no capítulo da Comunicação Social são ferramentas essenciais na manutenção do Estado Democrático de Direito em nosso país e constantemente ratificadas pelo Supremo Tribunal Federal.

Não foi sem razão que o Ministro, Carlos Ayres Britto, ao conceder liminar (Argüição de Descumprimento de Preceito Federal - 130), impetrada pelo Partido Democrático Trabalhista, que pediu, e obteve a suspensão em caráter liminar de uma série de artigos da Lei 5.250/67 (Lei de Imprensa), um dos restolhos do entulho autoritário da ditadura militar, recepcionada pela Constituição de 1988 e que continuava a gravitar por entre os tribunais pátrios, assim se manifestou em determinado trecho:

Tudo a patentear que imprensa e Democracia, na vigente ordem constitucional brasileira, são irmãs siamesas. Uma a dizer para a outra, solene e agradecidamente, “eu sou quem sou para serdes vós quem sois” (verso colhido em Vicente Carvalho, no bojo do poema “Soneto da Mudança”). Por isso que, em nosso País, a liberdade de expressão é a maior expressão da liberdade, porquanto o que quer que seja pode ser dito por quem quer que seja. (www.stf.gov.br)

E mesmo os mais ferrenhos críticos do papel exercido pela grande mídia em nível global conseguem distinguir a necessidade de uma imprensa livre como elemento sustentador da democracia. Segundo Thompson (2001, p. 207), *A liberdade de manifestar opinião e pensamentos em público, por mais desconfortável que seja para as autoridades estabelecidas, é um aspecto vital da ordem democrática moderna*. Enfim, como já asseverou Marx (1999, p.51), *uma imprensa censurada é ruim mesmo se produz bons produtos... Uma imprensa livre é boa mesmo quando produz frutos ruins*.

Concluindo, na perspectiva de Benjamim (1995), reconhecendo a grave questão do capitalismo que impõe a cultura de massa, mas indica um tom mais positivo ao processo, uma vez que pressupõe uma sobrevivência da individualidade com seus valores e práticas (Barros Filho & Sá Martino, 2003, 200), con-

sideramos fundamental a sobrevivência da liberdade de imprensa enquanto elemento diferenciador e crítico, contraponto político, jurídico, social e cultural à visão de mercado, sobretudo global, e, ainda mais, parceira, jamais subordinada, na missão precípua do Estado, enquanto legítimo operacionalizador/catalizador/regulador da cidadania local e a global, entre a globalização e a sociedade.

REFERÊNCIAS

- ADORNO Theodor W. & HORKHEIMER Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.
- BATISTA, Nilo. **A mídia e o sistema penal no capitalismo tardio**, www.bocc.ubi.pt, acesso em 20/03/2007.
- BARROS FILHO, Clóvis & SÁ MARTINO Luís Mauro. **O habitus na comunicação**. São Paulo: Paulus, 2003.
- BENJAMIN Walter. **Obras escolhidas III**. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. Rio de Janeiro, Campus, 1992.
- BRASIL. CONSTITUIÇÃO FEDERAL**: Brasília, Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, Brasília, 2006.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1997.
- _____; **A Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1987.
- _____; *A dominação masculina*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.
- BUCCI, Eugênio, **Sobre Ética e Imprensa**, Cia das Letras, São Paulo, 2005.
- CANOTILHO, Joaquim José Gomes. **Direito Constitucional**. Coimbra: Almedina, 1996.
- CARPISO, Jorge. **Ensayos jurídicos en la memoria de José María Cajica**. Puebla (México), Editorial Cajica, 2002.
- DA SILVA, José Afonso, **Curso de Direito Constitucional Positivo**, Malheiros Editores, São Paulo, 2007.
- GUERRA, Sidney César Silva, **A liberdade de imprensa e o direito à imagem**, Renovar, Rio de Janeiro, 1999.
- HABERMAS, Jürgen. **O valor da notícia**, <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs2705200707.htm>, acesso em 27/05/07.
- MARX, Karl. **Liberdade de imprensa**, Porto Alegre, L&PM, 1999.

MORAES, Alexandre de, **Direito Constitucional**, 18ª Ed, São Paulo, Atlas, 2005.

ROSSI, Clóvis, **O que é jornalismo**, São Paulo, Brasiliense, 1980.

SODRÉ, Moniz **Antropológica do Espelho**, Vozes, Petrópolis, 2002.

THOMPSON, John. **Mídia e Modernidade**. Petrópolis, Vozes, 2001.

_____; **Ideologia e cultura moderna**. Petrópolis: Vozes, 2000.

www.stf.gov.br , notícia do dia 27/02/2008, acesso em 29/02/2008.

ABSTRACT: This article examines the relationship between the media, specifically television, and the constitutional arrangements that guarantee the free exercise of the press, as well as devices that prevent that abuse by the media and other freedoms violate constitutional guarantees. The analysis also passes the relationship and dependency that the media has with big business, making the news mere commodity, as such distance common interests of the community and individual are also provided in the law greater.

KEYWORDS: *Press, Freedom, Constitution*

SILVANA BELINE

* Doutora e Mestre em Sociologia pela UNESP/Araraquara, Doutoranda em Direito no Programa Direito, Justiça e Cidadania no Século XXI da Universidade de Coimbra.

ENZO DE LISITA

** Mestrando em Direito, Relações Internacionais e Desenvolvimento Econômico pela PUC-Goiás, professor no Curso de Jornalismo na PUC-Goiás. Formado em Comunicação Social e Direito pela UFG, especialista em Direito Civil pela UFG. É membro do grupo de pesquisa Estado, Governo e Sociedade da Faculdade de Direito da UFG, do Grupo de Pesquisa em Comunicação e Cidadania da PUC-Goiás.

JOSÉ QUERINO TAVARES NETO

*** Pós-doutor em Direito Constitucional na Universidade de Coimbra com bolsa da Capes, professor adjunto da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Goiás, do Mestrado em Direito da UNAERP, do Mestrado em Desenvolvimento Regional das Faculdades ALFA.