

À DEMOCRACIA SE MEDE PELA PARTICIPAÇÃO DA SOCIEDADE NA COMUNICAÇÃO

Por Pedrinho Guareschi

Com base em questões que lhe foram enviadas por e-mail, o Prof. Dr. Pedrinho Guareschi optou por abordá-las basicamente em um texto, respondendo-as sinteticamente, em seguida. Optamos pela publicação somente do texto, pois as indagações que lhe foram feitas estão nele contempladas, quase integralmente. Professor do Programa de Pós Graduação em Psicologia da PUCRS, Pedrinho Guareschi é graduado em Filosofia pela Faculdade de Filosofia Imaculada Conceição (Fafinc) e em Teologia pelo Instituto Redentorista de Estudos Superiores do RS (Ires), Pedrinho Guareschi, mestre em Psicologia Social pela Marquette University Milwaukee, dos Estados Unidos, e doutor em Psicologia Social pela University of Wisconsin at Madison, também norte-americana. Atualmente, desenvolve os projetos de pesquisa *Comunicação e Cidadania: um estudo ético e ideológico da mídia televisiva no Brasil*; e *Mídia e Mediação: Quem controla Quem? Um estudo sobre a presença da mídia em vilas populares*. É autor de vários livros, entre eles **Comunicação e Poder**. Petrópolis: Vozes, 1981; **Relações Sociais e Ética**. Porto Alegre: Abrapso - Regional Sul, 1995; **Psicologia Social Crítica - como prática de libertação**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004; e **O Desafio dos Limites: um enfoque psicossocial na educação dos filhos**. Petrópolis: Vozes, 2004 (com Karina Preisig Paggi). Entre as diversas obras que organizou, citamos **Comunicação e Controle Social**. Petrópolis: Vozes, 1991; **Os Construtores da Informação: Meios de Comunicação, Ideologia e Ética**. Petrópolis: Vozes, 2000; **Uma Nova Comunicação é Possível: Mídia, Ética e Política**. Porto Alegre: Evangraf, 2002 e **Diário Gaúcho: que discurso, que responsabilidade social?** Porto Alegre: Evangraf, 2003 (com Osvaldo Biz). A seguir estão suas considerações.

Sobre ética

É imprescindível, de início, dizer o que entendemos por ética, pois desse entendimento decorre todo o resto. Tomo como referencial a noção de ética como sendo uma "instância crítica e propositiva sobre o dever ser das relações humanas em vista de nossa plena realização como seres humanos" (Dos Anjos, 1996, p.12). Duas dimensões são centrais: a dimensão crítica e propositiva e a dimensão das relações.

A dimensão crítica da ética significa que ela nunca pode ser considerada como algo pronto, algo acabado. Ao contrário, ela está sempre por se fazer. Sendo ética de relações, à medida que essas relações vão se modificando, novas considerações vão se colocando. Ao mesmo tempo, ela tem de ser propositiva. Não pode se furtar a colocar exigências e desafios. Ética é, pois, uma busca infinita, interminável. Reflete a consciência nítida de nossa incompletude; é um impulso permanente em busca de crescimento e transformação. É fundamental enfatizar a dimensão da crítica ao se discutir a questão da ética. Num trabalho anterior (Guareschi, 1992, p.5-34), tentei mostrar como o uso cuidadoso e sério da crítica, mesmo ao se discutir as diferentes teorias científicas, leva à própria evidência da impossibilidade de uma ciência, ou de uma prática científica neutra, isto é, sem uma dimensão ética. A crítica resgata a dimensão ética de toda ação humana. John B. Thompson (1995), um dos autores que mais amplamente e criticamente analisa a ideologia, define esse conceito como sendo "uso de formas simbólicas que servem para criar ou manter relações de dominação". Uma forma simbólica só é ideológica, quando se puder mostrar que ela serve aos propósitos de criar ou manter relações que sejam de dominação, isto é, relações assimétricas, desiguais, injustas. Nessa compreensão, ideologia implica sempre uma dimensão ética.

E ética é sempre ética das "relações". Uma pessoa passa a ser ética no momento em que se relaciona. E é à qualidade dessa relação que podemos atribuir uma valoração positiva ou negativa, isto é, ética. Aristóteles já dizia que ética é justiça. Ora, justiça é uma relação e ninguém pode se considerar justo fora da relação. O pensamento liberal-burguês, que considera o ser humano como um indivíduo, que não tem nada a ver com outros, individualizou também a ética.

A ética da comunicação bebe desses pressupostos gerais e é a partir de um entendimento de ética como o acima exposto que podemos discutir a questão da ética na mídia.

Sobre democracia

Mas há algo mais a ser considerado, para se falar de ética na mídia. Falar que existe ética é ver se as relações sociais, no que se refere à mídia, são justas, eqüitativas. Com outras palavras, se essas relações são democráticas. E é fácil falar de democracia. Mas ao esmiuçarmos o que isso significa nos vemos diante da necessidade de uma reflexão complexa e profunda. Podemos resumir dizendo que, para se falar de democracia (ou ética), numa sociedade, ao menos cinco princípios precisam ser levados em consideração. Somente através deles pode-se atender às questões de integridade social e superação das divisões e discriminações. Tais princípios precisam ser perseguidos todo o tempo para se poder falar em democracia e ética:

Igualdade: todas as pessoas, nesta 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 desta sociedade. Quando a igualdade elimina as diferenças, acaba-se com a igualdade. Boaventura de Sousa Santos, na sua fala ao III Fórum Social Mundial, sintetiza esses dois princípios numa clara 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 na 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, de quem devo ser solidário, sofre restrições básicas em sua humanidade. A plena liberdade só é conseguida quando todos os direitos são respeitados.

Esses cinco princípios andam sempre juntos. Mas no nosso caso, o que mais se mostra crucial é o princípio, a dimensão da *participação*.

Mídia impressa e mídia eletrônica

Antes, uma pequena nota, necessária para o bom entendimento da questão: é necessário distinguir entre mídia impressa e mídia eletrônica. A mídia impressa (jornal, revista, livro etc.) é como se fosse uma propriedade privada: cada um faz como quer, escreve o que quer e, conseqüentemente, deve prestar conta do que faz ou escreve. Muito diferente, contudo, é a questão da mídia eletrônica. Pela Constituição Brasileira, eles [a televisão e o rádio] 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, & 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, têm de ser um serviço público, para toda a sociedade, por outro.

Voltemos, então, à questão. 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 à 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 de *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 de *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 *falasses*, 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 os 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: 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 crucial para se colocar agora a questão fundamental: *a participação no planejamento só é possível, nos dias de hoje, por meio 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? Como falar de ética numa situação como a nossa?

Vejamos alguns dados sobre nossa situação brasileira. Infelizmente não possuímos dados específicos para diferenciar entre mídia impressa e 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 detêm 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 capitânicas 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 poder 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 o sem número de projetos, idéias, alternativas que são engendrados por tantos brasileiros e brasileiras anônimos espalhados por todos no 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 influenciarem política e culturalmente uma sociedade. No nosso caso, é apenas um mínimo de pessoas que partilham 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 inexistem 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. A participação na comunicação está essencialmente ligada às questões políticas, democráticas e éticas.

A questão do "círculo vicioso"

Há outro ponto importante, fortemente ligado à questão da democracia e da ética, que é a existência, em nossa mídia, de uma espécie de "círculo vicioso" difícil de ser rompido para quem a quer pensar em termos de participação, democracia e direitos humanos: é a constatação de que os meios eletrônicos são, de maneira muito central, imprescindíveis na própria luta para se conseguir uma verdadeira democracia; ou ao menos a constatação de 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 artigo 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 cassar 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. É a mídia que coloca a agenda de discussão e por isso a força da mídia não está 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 de 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 deve ser uma das finalidades preferenciais da comunicação. Quem dentre nossa população sabe, por exemplo, que as rádios têm concessão por 10 anos e as TVs por 15 anos? Qual o meio de comunicação que informa seus ouvintes ou telespectadores o dia, mês e ano de término de sua concessão? Em investigações feitas com alunos do fim de segundo grau, 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? Uma vez que existe uma escandalosa concentração da mídia nas mãos de algumas famílias, podemos concluir que é uma tarefa extremamente difícil quebrar o círculo vicioso desses oligopólios.

Comunicação e direitos humanos

Quando falamos em ética, falamos em "direitos". Como vimos acima, ética é justiça. E justiça vem de *jus*, que, em latim, é "direito". Devemos frisar que entre os direitos humanos, há dois direitos que são totalmente ignorados pela maioria da população. Pesquisas por nós realizadas mostraram que 97% de 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 podemos 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.

Numa mídia privatizada como a que existe entre nós, na qual as pessoas nem sequer sabem que não podem existir "donos" de uma mídia eletrônica, fica evidente que esses direitos à informação e à comunicação não são respeitados.

Podemos concluir com o nosso querido Betinho, Herbert de Souza, que costumava repetir, em toda situação possível: "O termômetro que mede a democracia numa sociedade, é o termômetro que mede a participação das pessoas na comunicação". Fica evidente, pelo que foi dito anteriormente, que não há participação das pessoas em nossa sociedade e com isso a democracia é ferida. O que temos no Brasil, com referência à mídia, é um caso bastante análogo ao referente à terra. Desde seu descobrimento, o Brasil foi "loteado" entre algumas famílias, e a situação não é muito diversa hoje. Do mesmo modo agora, com referência à mídia: as grandes emissoras de rádio e TV foram sendo "loteadas" a grandes

famílias, que detêm mais de 90% do total; registra-se um verdadeiro "coronelismo midiático" e, evidentemente, a necessidade de uma reforma midiática, como é necessária uma reforma agrária.

A falta de democratização da mídia acarreta problemas bastante sérios, pois grandes problemas nacionais podem ficar excluídos da pauta de discussão simplesmente porque os "donos" da mídia não querem que eles sejam discutidos. É a mídia que pauta a agenda de discussão. As pesquisas mostram que, ao redor de 80 a 85% de tudo o que é falado no dia-a-dia das pessoas, quem colocou a pauta dessa discussão foram os meios de comunicação. A força da mídia não está, então, apenas naquilo que diz, mas também no que deixa de dizer, que deixa de ser "realidade", deixa de existir, sociologicamente falando. Por que não se poderia pensar numa câmara, formada por pessoas das universidades, igrejas, movimentos sociais, sindicatos, de todos os grupos organizados da sociedade, que fossem responsáveis por uma pauta (política, econômica, religiosa, social, cultural, etc.) que devesse ser trabalhada, debatida, investigada pela mídia? E onde todos os grupos organizados pudessem dizer sua palavra, expressar sua opinião, manifestar seu pensamento?

Dizer que é o povo que quer o que está sendo a ele ofertado é uma enorme falácia, pois o que existe é um único menu: o menu de quem detém o poder ideológico, político e econômico da nação. Fundamentalmente toda mídia trabalha dentro de um ideário neoliberal e a programação, ao menos entre as TVs abertas, é praticamente a mesma.

Referências:

- Lima, Venício. *Mídia, Teoria e Política*. S. Paulo: Perseu Abramo, 2. ed.
- Guareschi, P. A emergência da consciência da Consciência ética. In: Guareschi, P. e Suzin, L.C. *Consciência Moral Emergente*. Aparecida, SP: Santuário, 1992.
- Thompson, J.B. *Ideologia e Cultura Moderna: Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. 5.ed. Petrópolis: Vozes, 1995.
- Dos Anjos, M.F. Apresentação. In: Dos Anjos, M.F. e Lima Lopes, J.R. *Ética e Direito: um Diálogo*. Aparecida, SP: Editora Santuário, 1996.
- Caparelli, S. e Lima, Venício A. *Comunicação e Televisão: desafios da pós-globalização*. São Paulo: Hacker, 2004.