

## O Cidadão, A Sociedade, A Mídia E A Justiça

CARLOS AURÉLIO MOTA DE SOUZA \*

Sumário: Introdução. I. O cidadão, sujeito e fim da comunicação social: a) A educação para a cidadania, b) A ética na comunicação social. II. A mídia: informação, cultura e entretenimento à sociedade: 1. Os meios de comunicação social: a) Empresas privadas com finalidades econômicas, b) As relevantes funções sociais da mídia, c) Empresários, editores e jornalistas; 2. Responsabilidade ética, social e jurídica dos empresários e jornalistas; 3. O Conselho de Comunicação Social. III - Restrições à liberdade de expressão e comunicação: direitos da pessoa, família e sociedade: a) Restrições quanto à intimidade, à vida privada, à honra e à imagem das pessoas (Art. 5º, incs. V e X), b) Restrições frente aos valores éticos e sociais da pessoa e da família - Art. 221 - IV; c) Restrições ao respeito à presunção de inocência - Art. 5º, inc. LVII. Conclusões. Bibliografia indicada.

### INTRODUÇÃO

*In omnibus respire finem. (Da sabedoria romana)*

Para um estudo sobre os meios de comunicação, sua influência e seus efeitos no meio social, podemos adotar uma dimensão *teleológica*, da ética aristotélica das virtudes e da ética da responsabilidade weberiana, pela qual os jornalistas<sup>1</sup> deveriam ter em conta as *conseqüências* da *notícia*, da informação cultural e do entretenimento que produzem, segundo seus critérios, e fornecem ao público sem consultá-lo; por essa visão, devem agir tendo em vista as *conseqüências* de seus atos, assumindo-lhes a responsabilidade.

E uma dimensão *deontológica*, inspirada na ética do dever, pela qual a conduta jornalística só pode ser aceita se tiver validade universal, e que a ação do jornalista se apóie em princípios de validade geral para todos os membros de uma sociedade (nacional ou universal).

Entre essas duas há uma terceira visão, conhecida como *regra de ouro*, princípio segundo o qual cada um deve agir em relação aos outros do mesmo modo como gostaria que agissem em relação a si. Releva, aqui, o cuidado, o respeito, a preocupação com o outro, com o próximo (que, no caso da comunicação de massa, é um infinito de pessoas, mas sempre cidadãos semelhantes a nós mesmos).<sup>2</sup>

As notícias (ações jornalísticas) semelham-se a flechas disparadas pelo arqueiro: como Guilherme Tell, apontando para a maçã sobre a cabeça do filho, a mão deve ser firme, consciente, responsável, o gesto deve ser treinado, meditado, ponderado; nenhum soldado, na guerra planejada, dispara seus projéteis sem pontaria certa (como na situação crítica da única bala na agulha, frente ao inimigo à vista..., em que não pode errar o alvo!).

---

\* Advogado, livre-docente pela UNESP, Mestre e Doutor pela USP. Professor e orientador em Cursos de Mestrado em São Paulo. Membro do Tribunal de Ética da OAB, Seccional de São Paulo, e do Instituto Jacques Maritain do Brasil. Magistrado aposentado. Autor dos livros *Podere Éticos do juiz* (1987), *Segurança jurídica e jurisprudência* (1996), *Direitos Humanos, Urgente!* (1998). Traduziu a obra *Políticas da Natureza*, de Bruno Latour (EDUSC.2003).

<sup>1</sup> Chamaremos jornalistas a todos os comunicadores sociais. sejam redatores ou fotógrafos de jornais, revistas, cinegrafistas e entrevistadores de rádio ou TV.

<sup>2</sup> Cf. Bucci, Eugênio. *Sobre Ética e Imprensa*. São Paulo: Companhia das Letras. 2002. p. 21/23.

Será irresponsável o jornalista que semeia flechas envenenadas (notícias, fotos, opiniões, acusações...), para denunciar crimes, negócios ilícitos ou escândalos públicos, envolvendo pessoas (do povo ou de ilibada reputação), negócios de empresas privadas ou setores da administração pública, fundando-se em informações não fidedignas ou inverídicas, não confirmadas.

Faltará às normas éticas do jornalismo responsável, e trará a si e à empresa que o contrata o pesado ônus de responder civil e criminalmente pelas perdas materiais e morais, perante as partes prejudicadas no patrimônio, na honra, na imagem.

Comunicação social é tema multidisciplinar, a ser analisado sob quatro perspectivas convergentes e complementares: as visões do Cidadão, da Sociedade, da própria Mídia e da Justiça.

Como ser associativo, o homem necessita do(s) outro(s) para se comunicar, transmitir e receber idéias, emoções, notícias, conhecimento do mundo, instrumentos para sua educação e desenvolvimento. A dilatação dessa socialidade, que por primeiro se dá entre os membros da família, expande-se às demais, constituintes de uma sociedade ampla, ou de pequenas sociedades, segundo suas funções sociais (econômicas, culturais, esportivas, religiosas, etc.).

É no meio social que o indivíduo se torna cidadão, agregando em si valores aptos à defesa de si próprio, dos demais e mesmo da pátria, com gestos de abertura e solidariedade em vistas ao bem comum. A sociedade constitui o ambiente natural em que os homens se comunicam, buscando e trocando informações que lhes permitam estreitar os laços afetivos, econômicos, profissionais, políticos, culturais, religiosos, etc., e onde os meios de comunicação mais se desenvolvem, como "veículos" ou pontes, não mais entre indivíduos isolados, mas entre um grupo de pessoas (a empresa que comunica) e a massa da sociedade.

À semelhança do disco de Newton, em que o branco representa o Todo (ou o Geral), e as cores são as Partes (ou o Múltiplo), a comunicação social efetua a conexão da Mídia (a empresa) com os cidadãos (os particulares). É o claro exemplo da emissora de rádio, situada em determinado ponto da cidade, em que *uma pessoa* (o jornalista locutor) transmite notícias que são captadas por milhares ou milhões de outras pessoas (o povo, a sociedade, os cidadãos). O rádio, e hoje mais ainda a TV; fazem o milagre do contato imediato, ao vivo, entre um transmissor e inúmeros receptores. O fenômeno extraordinário da ligação instantânea, conquanto proporcione informações de várias utilidades a ilimitadas pessoas, unificando o conhecimento sobre um mesmo fato, gera, contudo, conseqüências ou reações diversas, em razão das diferenças culturais, econômicas, políticas, religiosas, das pessoas.

Todo cidadão tem o direito de ser bem informado dos fatos sociais que o circundam e que se refletem em sua vida pessoal, familiar ou comunitária (Constituição Federal, art. 5º- X, e art. 220, § 3º, II); e que influem nas pessoas de modos diversos, negativos ou positivos. Esse direito antecede e deve prevalecer frente ao direito-dever dos órgãos informativos.

É ínsita ao intelecto humano a necessidade de conhecer fatos, receber instruções, conhecimentos, orientações, ao modo cartesiano: *existo, logo quero saber!* A busca do conhecimento vem desde o "sugar" no seio materno, seguido do "pegar" coisas, do "olhar" pessoas, do "balbuciar" palavras, do "abraçar" familiares, do "tropeçar" aos primeiros passos, no "ver" figuras, e no "traçar" as primeiras letras.

Nesta psicogênese das habilidades e intelectualidade do homem, no tempo de uma vida, a necessidade de informação torna-se vital, um fio condutor. Jamais a pessoa deixará de procurar informar-se junto aos outros "quais são as novas", "o que aconteceu", "qual sua opinião...", "o que devemos fazer" etc.

Os meios de comunicação sucedem e complementam a intercomunicação pessoal, familiar ou grupal. Depois da invenção da imprensa, do telefone, do telégrafo Morse, dos cabos submarinos, do rádio, da televisão, dos satélites, do celular, da Internet, nada mais escapa à percepção dos homens, que desenvolveram, paralelamente, capacidades insuspeitadas de acompanhar a velocidade das comunicações, a ponto desse complexo denominar-se "Galáxia Gutenberg".

O direito de informar tornou-se não apenas um dever, mas um *poder de informar*. A mídia (um conjunto de meios de comunicação, falada, escrita, televisionada) monopoliza, em cada setor, as fontes noticiosas, de cultura ou de entretenimento, gerando acirrada concorrência para alcançar a preferência dos receptores (leitores, ouvintes, telespectadores).

Um programa de rádio ou televisão subsiste se alcançar um índice maior no IBOPE ou fontes de medição de audiência. Os jornais vendidos medem sua performance pela tiragem de exemplares, e o mesmo quanto a revistas e livros.

A *liberdade de expressão* adquiriu *status* constitucional há poucos séculos, desde as Revoluções americana e francesa, e se tornou um *poder* tão sagrado quanto os da República ou o econômico, ao qual está intimamente relacionado.

Os meios de comunicação se materializam em empresas jornalísticas (jornal, rádio, TV), visam obter lucros, dependem do mercado, associam-se para crescer ou dominar grandes áreas de influência, tornaram-se globalizadas, sobretudo as TVs, formando *pools* de canais, enfeixados por poderosas redes mundiais.

A comunicação internacional, sobretudo a televisada, ampliou estrategicamente a possibilidade de acesso à cultura, à história, à geografia de todos os países, alargando ao infinito o conhecimento. Canais de TV especializados em descobertas arqueológicas, análises econômicas e científicas, vida dos povos, etc., permitem aos estudantes de todas as idades anteciparem a assimilação de conhecimentos e a inserção no mundo global, despertando-lhes a curiosidade intelectual.

As transmissões ao vivo das últimas guerras do mundo (Afeganistão, Iraque, conflitos Israel-Palestina, p. ex.) nos permitiram conhecer as realidades de povos distantes, sua geografia, seus costumes de vida, suas religiões, as riquezas que construíram como berço das civilizações.

A difusão cultural, englobando valores educacionais, políticos, econômicos, religiosos, é a grande tarefa social dos meios de comunicação, em especial das TVs educativas.

Numa visão teleológica, são os seguintes os escopos dos princípios constitucionais sobre comunicação através do rádio e televisão: *preferência* a finalidades educacionais, culturais e informativas; *promoção* da cultura nacional e regional; *regionalização* da produção

cultural, artística e jornalística (CF, art. 221-I, II, III).<sup>3</sup>

O ponto crítico da *liberdade de expressão e comunicação* (direito-poder de opinar e informar)<sup>4</sup> surge quando conflita com a *dignidade e inviolabilidade da pessoa humana*, a *presunção de inocência dos acusados* e os *valores éticos e sociais da pessoa e da família*, princípios magnos igualmente inscritos na Constituição<sup>5</sup>.

Neste ensaio buscamos os limites em que se deveriam conduzir os meios de comunicação social, no círculo das fortes pressões externas a que devem atender: o *dever de informar*, o *dever de gerar o lucro para a empresa*, e o *dever de respeitar a pessoa humana*, em sua dignidade e inviolabilidade.

## I. O CIDADÃO, SUJEITO E FIM DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

### 1. A EDUCAÇÃO PARA A CIDADANIA

A natureza do homem implica e impele para a vida em comunidade: o homem é, de fato, essencialmente um ser social, existe com os outros e realiza-se em mútua cooperação: “*Cada pessoa humana tem necessidade dos outros: para vir ao mundo, para crescer; para nutrir-se, para educar-se, para programar-se a si mesma e para realizar seu próprio projeto de humanidade*”.<sup>6</sup>

Ser humano significa comunicar-se, solidarizar-se, e estas são atividades eminentemente sociais. Quando expande seus círculos familiares e sociais, e age visando o bem comum da sociedade, alcança a dimensão política, no sentido amplo de cidadania.

Ensinava Plarão que o Homem é uma pátria em pequeno, e que a pátria é um Homem grande. Educar o homem é educar para a cidadania, implica serviço à pátria, como um todo social. É dedicação ao bem comum. E é na família que esse projeto da Paidéia grega se realiza existencialmente.

Dentre os princípios formativos da República, o Constituinte brasileiro elencou a cidadania como fundamento, e sobre a formação do cidadão, em específico, editou regra abrangente de solidariedade e subsidiariedade:

Art. 205. *A educação, direito de todos e dever do Estado e da família, será promovida e incentivada com a colaboração da sociedade, visando ao pleno desenvolvimento da pessoa, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho.*

### 2. A ÉTICA NA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Ao tratar da livre manifestação do pensamento, através dos veículos de comunicação

<sup>3</sup> Entendemos, todavia, que tais regras cabem extensivamente aos demais meios comunicativos, jornais e revistas, pois os mesmos programas ou assuntos de rádio e TV podem ser reproduzidos por aqueles veículos.

<sup>4</sup> CF, art. 5º-IV: *é livre a manifestação do pensamento...*; IX: *é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação...*

<sup>5</sup> Art. 1º - I: *a dignidade da pessoa humana*; art. 5º - X: *são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas..*

<sup>6</sup> MONDIN, Battista. *Definição filosófica da pessoa humana*. Bauru. EDUSC, 1998, p. 29.

social, a Lei Constitucional inscreveu normas sobre “a produção e a programação das emissoras de rádio e televisão”, ressaltando o interesse da família com os seguintes princípios, no art. 221:

- I. preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;...
- IV: respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Novamente adotou-se a expressão **valor**, a demonstrar o renovado apreço pelos princípios morais que devem prevalecer no campo da educação social e familiar. Inegável a forte influência dos meios de comunicação, sobretudo o televisivo, ao interferir na educação das crianças e adolescentes, distraíndo-os dos estudos sérios e eficientes, e formação de uma cidadania consciente e não manipulada.

É do senso comum que os meios de comunicação, impulsionados pelos interesses de mercado, induzem fortemente ao consumo do supérfluo, ao hedonismo, à liberação de energias mentais, em detrimento da economia de riquezas e de pensamentos e atitudes. A influência da comunicação social incide diretamente na educação de crianças e adolescentes, sobretudo, competindo aos pais dirigir-lhes a criação e educação, no exercício do poder familiar (art.1.634, inc. I, do novo Código Civil). Se de um lado muitas famílias se deixam influenciar pela atração da mídia, e a sociedade se sente incapaz de adotar medidas restritivas em prol da educação dos filhos, aceitando os meios de comunicação como "educativos", compete ao Estado, pelo dever de *subsidiariedade*, coibir os excessos praticados pelas empresas de comunicação, sob pena de tornar nulos os princípios constitucionais do art. 221.

Significa, portanto, que a sociedade, organizada em associações de bairro, movimentos de igreja, órgãos não governamentais, deve arremeter-se para pressionar as instituições e coibir as violações à lei, no campo das comunicações, e velar para que não prejudiquem os estudos regulares dos menores.

## II. A MÍDIA: INFORMAÇÃO, CULTURA E ENTRETENIMENTO A SOCIEDADE

O tema da informação jornalística vincula-se à Constituição Federal em dois tópicos distintos e correlatos, nos títulos referentes aos *direitos e garantias individuais* - arts. 5º, incs. IV; IX e XIV - e à *comunicação social* - arts. 220 e 221, assim redigidos:

### a) Art. 5º (...)

IV – É livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato;

(...)

IX – é livre a expressão da atividade intelectual, artística, comunicação, independentemente de censura ou licença;

X – são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito à indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação; (...)

XIV - é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional.

b) Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo, não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV; V; X, XIII e XIV:

§ 2º É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3º Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao poder público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inc. II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5º Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6º A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

## **1. OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

### **A) EMPRESAS PRIVADAS COM FINALIDADES ECONÔMICAS**

Antes de ser um negócio, o jornalismo cumpre uma função social, a de investigar a verdade dos fatos que ocorrem em sociedade, com objetividade e equilíbrio; são valores que dão credibilidade às boas reportagens, para boa informação ao público. Os meios de comunicação social incorporam-se, hoje, em grandes empreendimentos privados com finalidades econômicas, sustentados pela publicidade comercial, industrial e dos órgãos públicos, o que os faz dependentes de anunciantes e das regras de mercado.

A influência econômica é ponderável nas decisões da empresa, por isso costumam adotar o método de trabalho "Igreja-Estado", em que isolam o jornalismo ("igreja") do negócio ("estado"); trata-se de medida racional para resguardar tanto a qualidade da informação, quanto a qualidade das relações com publicitários ou financiadores da empresa.<sup>7</sup>

Em um sistema de comunicação constituído principalmente por empresas comerciais, que buscam acima de tudo o lucro, como o brasileiro, é muito difícil a concretização dessas

<sup>7</sup> BUCCI, Eugênio. *Sobre Ética e Imprensa*. São Paulo, Companhia das Letras, 2002, p. 64.

finalidades.<sup>8</sup>

O que sustenta uma revista ou jornal é sua credibilidade e não apenas a publicidade. Têm leitores porque têm credibilidade. Esse sistema estabelece um ambiente ético favorável à informação de melhor qualidade, de resguardo e valorização da independência, para que o objetivo do lucro não atropela a função social da imprensa.<sup>9</sup>

Não obstante, como veículos de comunicação social, *imprensa, rádio e televisão*, têm capacidade de representar a liberdade coletiva de um povo, na transmissão de pensamentos e idéias múltiplas e divergentes, como expressão das tendências sociais.

Esses veículos continuam sendo os principais e mais importantes meios de comunicação de massa para a formação da cultura de um povo. O cinema, por sua eficácia comunicativa, também deve ser incluído nesse grupo.

## B) AS RELEVANTES FUNÇÕES SOCIAIS DA MÍDIA

O reconhecimento constitucional do valor social da livre iniciativa tem importância para toda a sociedade e essa asserção faz parte do ordenamento positivo brasileiro: o art. 170, *caput*, dispendo sobre a ordem econômica, salienta de novo o valor geral da livre iniciativa.

Por disposição expressa da Constituição, as empresas de comunicação atuam por regime de concessão do Poder Público para *prestação de serviços públicos* (art. 175), garantidos *os direitos dos usuários* (inc. II) e a *obrigação de manter serviço adequado* (inc. IV).

A rigor, a concessão pelo Estado de rádio ou televisão a uma empresa, interessa diretamente a ouvintes e telespectadores, como destinatários últimos dos serviços de comunicação, Tendo função social, a concessão não é um negócio de caráter exclusivamente privado, mas passa a ser instituição social, de caráter público, que não afeta somente o interesse de concedente e concessionário.

Por sua penetração e influência na formação da opinião pública, os meios de comunicação social estão ordenados ao desenvolvimento da personalidade humana e promoção da convivência social harmônica, através do acesso, recepção e difusão dos pensamentos, idéias, informações e notícias.<sup>10</sup>

Em excelente obra acadêmica e doutrinária, FARIAS distingue três funções sociais dos *mass media*: *funções políticas amplas* (funções do cão de guarda público, subsidiar os cidadãos para a realização de escolhas inteligentes, e de estabelecer a agenda política); *função cultural e função de utilidade pública*.<sup>11</sup>

<sup>8</sup> FARIAS, Edilsom. *Liberdade de Expressão e Comunicação. Teoria e proteção constitucional*. São Paulo, Edit. Revista dos Tribunais, 2004, p. 259.

<sup>9</sup> BUCCI, Eugênio. *Op. cit.*, p. 74.

<sup>10</sup> *Idem, ibidem*, p. 33.

<sup>11</sup> FARIAS, Edilsom. *Op. cit.*, p. 112ss.

## C) EMPRESÁRIOS, EDITORES E JORNALISTAS

NASSIF, em completo dossiê sobre *O jornalismo nos anos 90* (2003),<sup>12</sup> elenca reportagens famosas, descrevendo acontecimentos dramáticos, em que a mídia protagonizou episódios controvertidos, quando os jornalistas incendiaram a opinião pública, noticiando fatos criminosos que depois não se confirmaram, passando para o triste rol das acusações falsas, e que exigiram o pagamento de vultosas indenizações por danos morais.

Em casos de responsabilidade civil por publicações caluniosas, quem responde pelo dano moral? Estabelece-se uma solidariedade entre os jornalistas que apresentaram a matéria e os empresários do veículo de comunicação?

A liberdade de expressão pertence, essencialmente, aos órgãos de comunicação de massa, a seus proprietários, que delegam seu exercício aos profissionais da comunicação;<sup>13</sup> portanto, não obstante a independência dos jornalistas e programadores, há uma editoria que fiscaliza e autoriza a edição da notícia, e um proprietário que aprova ou veta a edição.<sup>14</sup>

A solução judicial deve pautar-se pela Lei de Imprensa, levando-se em conta o tipo de honra ofendido pelo jornalista: *honra subjetiva* (a valoração que cada um faz de si mesmo e da própria dignidade) ou *honra objetiva* (a estima e a reputação que a pessoa desfruta perante a coletividade). Havendo violação da honra subjetiva ocorrerá o crime de injúria; ocorrendo desrespeito à honra objetiva, os crimes de calúnia e difamação (CP, arts.138/40).

Entretanto, quando a honra for atingida pelos meios de comunicação, incidirá a Lei de Imprensa, que tipifica calúnia, difamação e injúria como crimes praticados no exercício da liberdade de pensamento e informação (arts.20/22).<sup>15</sup>

Como trabalhadores intelectuais, os jornalistas vendem seu trabalho e talento para empresas, segundo critérios de mercado. A habilidade técnica profissional não está isolada dos princípios ou valores éticos que devem presidir a atividade de informar.<sup>16</sup>

O dever da verdade continua sendo, portanto, o critério mais relevante e favorável aos jornalistas, empresários e usuários, para cujo interesse devem operar.

## 2. RESPONSABILIDADE ÉTICA, SOCIAL E JURÍDICA DOS EMPRESÁRIOS E JORNALISTAS

Em “*A Montanha dos Sete Abutres*”,<sup>17</sup> um jornalista inescrupuloso, que trabalha em modesto jornal do interior, deseja um alto posto em grandes periódicos. Em busca de notícias, fareja uma história que poderá projetá-lo: um mineiro soterrado vivo e que precisa ser salvo.

<sup>12</sup> NASSIF, Luís. *O jornalismo dos anos 90*. São Paulo, Futura, 2003.

<sup>13</sup> FARIAS, Edilsom. *Op. cit.*, p. 184.

<sup>14</sup> No episódio do programa *Domingo Legal*, todos os participantes, o programador, o apresentador e os artistas contratados, se eximiram de culpa com resposta genérica, “eu não sabia”, mas estavam comprometidos entre si e foram denunciados solidariamente.

<sup>15</sup> FARIAS, Edilsom. *Op. cit.*, p. 250.

<sup>16</sup> BUCCI, Eugênio. *Op. cit.*, p. 76.

<sup>17</sup> De Billy Wilder (1951, EUA), com Kirk Douglas. Num vilarejo, repórter inescrupuloso aproveita acidente para forjar situação dramática, visando ganhar fama. Denúncia atroz da chamada imprensa marrom, que vive do sensacionalismo. A história acaba afirmando que essa situação dá ao público o que ele quer.

Em conluio com a mulher deste e do xerife que deseja reeleger-se, ao invés de providenciar socorro imediato, procura adiar por alguns dias a tragédia, para adquirir notoriedade com suas reportagens, o que acontece quando um jornal de Nova York o contrata por alto salário para obter exclusividade na cobertura.

A mulher se enriquece com o afluxo de turistas, curiosos e jornalistas que lotam seu pequeno bar e loja de antigüidades indígenas; o xerife aparece em todas as publicidades sobre o fato e na rádio, mas ao fim o jornalista sucumbe diante da fatalidade e é desmascarado: o mineiro morre de pneumonia no fundo da mina.

Na parede do modesto jornal onde trabalhava havia uma pequena placa, sempre enfocada pela câmera: "*Tell the true!*", diga (sempre) a verdade.

A caça às notícias faz parte, sem dúvida, do jornalismo investigativo, sejam fatos do dia, de pequeno interesse, sejam fatos de alta repercussão social. Alguém que cai em um poço merece consideração imediata, pelo alto espírito de solidariedade humana nas pequenas comunidades; mas fatos ocorridos com personalidades públicas causam impactos nacionais. Administradores, parlamentares, magistrados, que prevaricam em suas altas funções, v.g., abalam as raízes da nacionalidade.<sup>18</sup>

O jornalismo de investigação, como o da película citada, seria altamente democrático se respeitados os limites éticos: lastreado em indícios evidentes e provas irrefutáveis, como se vê nas gravações e filmagens disfarçadas, desvela à sociedade o que estava oculto e leva a denúncia até as autoridades.

Essas notícias chocam e abalam a confiança do povo nas instituições e nos governantes porque, ao denunciarem essas ilicitudes, a mídia se coloca na linha de defesa do bem comum, que são a moralidade o patrimônio público, o imposto que cada um paga à nação.

Luís NASSIF, na obra citada, elenca os aspectos positivos do jornalismo investigativo ou de denúncia (o episódio Chico Lopes, ao qual poderíamos acrescentar os mais recentes, como a Operação Anaconda, Propinoduto, Vampiros etc.), mas também as violações dos princípios éticos à liberdade de imprensa, como nos casos do Bar Bodega, da Escola Base, o acidente no Osasco Plaza Shopping, e outros.

A propósito das zonas críticas da ética jornalística, Cornu aponta a frágil independência dos jornalistas frente aos poderes, as negligências na verificação das informações, a confusão entre liberdade de expressão (patrimônio de todos) e a liberdade de imprensa (própria de alguns), a espetacularização da informação (para manter níveis de audiência e número de leitores) e os danos às pessoas pela exploração da violência, desrespeito à privacidade, violação da presunção de inocência.<sup>19</sup>

Há tempos predominam empresas jornalísticas que, com suas investigações maledicentes, exploram os homens públicos ou simples cidadãos, ameaçando revelar fatos da vida privada (intrigas, boatos, fotos indiscretas), a fim de lhes extorquir dinheiro ou favores: é

<sup>18</sup> Explica bem a distinção entre *interesse público* da notícia e notícias de *interesse do público*. Distingue CORNU que o *interesse público* consiste na informação dentro das sociedades democráticas, e *interesses do público* se relaciona à comercialização das notícias (84).

<sup>19</sup> CORNU, Daniel. *Ética da informação*. Bauru, São Paulo, Edusc, 1998, p. 15.

a horripilante imprensa *marrom*, que ainda existe, como os conhecidos tablóides ingleses.

No Brasil, a Lei de Imprensa incrimina jornalistas e empresários que se pautarem por essa via tortuosa do jornalismo escandaloso e violador da privacidade de pessoas ou homens públicos.<sup>20</sup> Essa intimidade está hoje mais bem preservada pela Constituição Federal (art. 5º, incisos V e X), que a garante como direito inviolável do indivíduo, a partir do conceito da dignidade da pessoa humana.

No entanto, à medida que o jornalismo-denúncia informa aos cidadãos o que lhes era desconhecido, exerce relevante função protetora, investigando e fornecendo provas aos representantes e guardiães da sociedade - Ministério Público, magistrados, políticos, administradores públicos - para coibirem ilícitos e punir responsáveis.

Se a censura, de um lado, está banida expressamente pela Constituição (art. 5º, inc. IX), quanto à atividade intelectual, artística, científica e de *comunicação*, e (art. 220, § 2º), quanto à natureza política, ideológica e artística, de outro não está permitida a liberdade irrestrita de expressão dos meios de comunicação social.

As empresas eticamente responsáveis estão adotando cada vez mais exigências de autocontrole interno, constituindo conselhos de imprensa, *ombudsmen*, códigos de ética.

A independência jornalística é um valor assumido pelas maiores empresas de comunicação. *Manter sua independência* é o primeiro item do Decálogo do Código de Ética da Associação Nacional de Jornais (ANJ) e do Código de Ética da Associação Nacional de Editores de Revistas (ANER): *Manter a independência editorial, trabalhando exclusivamente para o leitor.*<sup>21</sup>

Essa independência visa garantir a autonomia para apurar, investigar, editar e difundir toda informação que seja de interesse público, sem interferência prejudicial de outros interesses.

Os jornalistas, igualmente, reunidos em Federação Nacional (FENAJ), adotaram em seu Código de Ética, por primeiro, que *O acesso à informação pública é um direito inerente à condição de vida em sociedade, que não pode ser impedido por nenhum tipo de interesse*, pois essa independência participa da honra e do brio profissionais.

Não obstante as associações de classe e empresariais adotarem seus Códigos de Ética, profissionais do jornalismo e da radiodifusão devem cobrar de seus membros maior rigor no cumprimento das regras deontológicas, que se dirigem às diretivas do art. 221 da Constituição, e exigir, inclusive, preparação profissional universitária adequada.<sup>22</sup>

### **O Caso do Programa Domingo Legal**

*No dia 7 de setembro de 2003, em seu Programa Domingo Legal, da SBT; o*

<sup>20</sup> Lei 5.250, de 9.2.1967, regula a liberdade de manifestação de pensamento e de informações.

<sup>21</sup> BUCCI, Eugênio. *Op. cit.*, p. 52s.

<sup>22</sup> Qualificação para o exercício da comunicação social: garante a Constituição, em seu art. 5º, inc. XIII, a liberdade de exercício de qualquer profissão, *atendidas as qualificações profissionais que a lei estabelecer*: A legislação quanto às profissões de jornalista e radialista está, portanto, recepcionada pelo texto constitucional: a Lei 6.612, de 7.12.1978, exige diploma de nível superior; o Dec. 83.824, 13.3.1979, para jornalistas; a Lei 6.615, 16.12.1978, para radialistas, etc.

*apresentador Gugu Liberato exibiu uma falsa entrevista com "membros" da facção criminosa PCC, em que ameaçavam personalidades e políticos, chocando os telespectadores e as autoridades. Em razão disso, o apresentador; o repórter; o produtor e os interpretes dos "bandidos" foram denunciados pelos crimes de ameaça, notícia falsa e transmissão infratora da lei (FSP, 05/11/2003).*

*Gugu, como comunicador social, portanto radialista, com o fim de obter maior índice de audiência que seu concorrente dominical, transmitiu ao público uma reportagem enganosa, e agiu com manifesta má-fé, abalando sua credibilidade pessoal e da emissora. Desrespeitou a ética jornalística e ofendeu a classe profissional a que pertence. O processo criminal foi exigido pela lei e pela sociedade.*

### **O suicídio do PM, ao vivo na TV**

*Duas redes nacionais de televisão, sediadas em São Paulo, disputam a audiência de programas vespertinos com notícias policiais ao vivo, a Record e a Band. No dia 10 de abril de 2003, um PM se suicidou diante das câmeras, e a TV Record transmitiu as imagens dele apontando uma arma para a cabeça, sob a tarja "exclusivo". A Band estava lá, mas não exibiu as cenas do trágico desenlace.*

*As imagens revoltaram os telespectadores. Uma senhora se desesperou quando viu as cenas, pois seus sobrinhos, de 4 e 6 anos, estavam na frente da televisão e não conseguiu evitar que assistissem. Telefonou à emissora pedindo que as imagens fossem tiradas do ar e foi informada de que "nada podia ser feito".*

*Uma professora, especialista em linguagem de TV afirmou que era um absurdo que a concorrência entre as duas redes de televisão disputassem quem coloca mais sangue no ar: OESP, 12/04/03.*

## **3. O CONSELHO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

Para supervisão do sistema de comunicação de massa, previsto no art. 224, a Lei 8.389, de 30.12.1991, instituiu o Conselho de Comunicação Social, com a finalidade de auxiliar o Congresso Nacional. A regulamentação infraconstitucional, entretanto, desapontou as expectativas das empresas e do público: o órgão não tem independência, nem funções deliberativas; as competências do Ministério das Comunicações e da Presidência da República continuam centralizadas, revelando, assim, sua inutilidade<sup>23</sup>.

## **III. RESTRIÇÕES À LIBERDADE DE EXPRESSÃO E COMUNICAÇÃO: DIREITOS DA PESSOA, FAMÍLIA E SOCIEDADE**

A ordem constitucional brasileira estabelece direitos ou liberdades, mas nenhuma é absoluta ou irrestrita, seja a liberdade de expressão e comunicação ou a inviolabilidade dos direitos à honra, intimidade, vida privada e imagem.

Os princípios éticos e legais que regem os *direitos e liberdades individuais das pessoas*, de uma parte, e os *direitos e liberdades dos meios de comunicação*, de outra, estão

<sup>23</sup> FARIAS, Edilson. *Op. cit.*, p. 226.

imbricados nos incs. IV, IX, XIV (para os meios de comunicação), e V, X, LVII (para o cidadão e a sociedade), ambos do art. 5º, e nos artigos 220 e 221 da Carta Constitucional.

Inscritos face a face, em ver a e esses princípios se contrapõem dialeticamente, como regras do jogo,<sup>24</sup> quando asseguram a todos a *liberdade de expressão e de comunicação* (art. 5º, incs. IV; IX, XIV e 220, § 2º), mas

a) asseguram resposta ao *agravo à imagem* das pessoas, e *indenização* material e moral (inc.V);

b) é limitada pela inviolabilidade da *intimidade, vida privada, honra e imagem das pessoas*, com igual sanção indenizatória (inc. X);

c) sofre restrições por violar outros princípios estabelecidos pelos arts. 220, § 3º, inc. II (*garantia à pessoa e à família de possibilidade de defesa contra programas de rádio e televisão*), e 221, inc. IV; quando violar os *valores éticos e sociais da pessoa e da família*;

d) nas hipóteses em que a *liberdade do jornalismo investigativo-denúncia* desatende ao princípio da *presunção de inocência*, pelo qual *ninguém será considerado culpado até o trânsito em julgado de sentença penal condenatória* (art. 5º, inc. LVII).

O Constituinte de 1988 sabiamente afastou todo e qualquer tipo de censura aos meios de comunicação social (art. 220, § 2º), mas estabeleceu um sistema de *restrições à liberdade de comunicação*, como salvaguardas à pessoa, à família, à sociedade, às instituições sociais e entes públicos, contra toda e qualquer expressão jornalística abusiva; além disso, o ordenamento jurídico possibilita o acesso à Justiça para a reparação de danos materiais e morais, em ofensas cometidas pelos meios de comunicação social.

A relação Justiça-Mídia é historicamente tensional e conflitiva: as duas instituições velam as portas da democracia. Uma *justiça independente* é necessária para que direitos, liberdade e dignidade de cada um sejam respeitados e assegurados; e *mídias livres* são indispensáveis às pessoas e à sociedade, ao informar sobre fatos políticos, culturais e sociais, para exercício consciente da cidadania.<sup>25</sup>

É sobre os conflitos ou colisões desses direitos e liberdades, em oposição às empresas de comunicação, jornalistas e mesmo publicitários, que se pretende discorrer, ouvindo-se a doutrina mais recente e a jurisprudência aplicada.

## **1. RESTRIÇÕES QUANTO À INTIMIDADE, À VIDA PRIVADA, À HONRA E À IMAGEM DAS PESSOAS (ART. 5º, INCS. V E X)**

A explicitação dos direitos à intimidade, à vida privada e à imagem, abreviadamente *direitos à privacidade*, constituem uma novidade introduzida pela Constituição Federal de 1988. Não há no Brasil norma mais aberta e protetiva da intimidade. Entretanto, está havendo uma erosão da privacidade por excesso de comunicação, quando esta deveria ser o melhor

<sup>24</sup> ABRAMO, Cláudio. *A regra do jogo: o jornalismo e a ética do marceneiro*. S. Paulo, Companhia das Letras, 1999.

<sup>25</sup> LECLERC, Henri; Théolleyre, Jean-Marc. *Les Médias et la Justice. Liberté de la presse et respect du droit*. Paris, CFPJ, 1996. obra traduzida pelo autor, sob o título: *As Mídias e a Justiça*, a ser publicada pela EDUSC.

exemplo de harmonia entre os homens.

Desde 1948 a Declaração Universal dos Direitos do Homem proclamou em seu artigo XIX o direito à *liberdade de opinião e expressão*, incluindo a *liberdade de procurar; receber e transmitir informações e idéias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras*, e a mesma liberdade se refletiu na Constituição brasileira, art. 5º, incs. IX e XIV; que reconhece e proclama a dignidade da pessoa humana como fundamento da democracia, e, dentre os direitos e garantias individuais, a inviolabilidade da intimidade e da privacidade (inc. X).

Há, portanto, pelos incs. IX e X do art. 5º, uma comunicação umbilical entre *liberdade de imprensa e intimidade*; no entanto, entre direito de informar e direito à intimidade o conflito nem poderia existir, se lermos com atenção o disposto no art. 220, § 1º: *Nenhuma lei conterà dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, incs. IV, V, XII e XIV.*

A proteção da privacidade atende ao interesse do cidadão em manter inviolável sua própria intimidade e vida privada, preservando-as das indiscrições alheias. Intimidade identifica a integridade pessoal, o modo de ser da pessoa ou de sua personalidade, que não consente chegar ao conhecimento público.

A vida privada abrange um arco de proteção mais amplo do que a própria intimidade, porquanto esta protege aspectos mais secretos da personalidade do que aquela.<sup>26</sup>

No presente, os direitos à intimidade e à vida privada passaram a representar os próprios dados pessoais e o controle sobre sua correta utilização.<sup>27</sup>

A imagem compreende a faculdade subjetiva que tem a pessoa de dispor de sua própria aparência física, que só pode ser exposta ou divulgada com seu consentimento.<sup>28</sup>

Como vimos acima, a *honra subjetiva* consiste na valoração que cada um faz de si mesmo e da própria dignidade; e *honra objetiva* é a estima e a reputação que a pessoa desfruta perante a coletividade. Violada a honra subjetiva haverá crime de injúria; e o desrespeito à honra objetiva é prática de calúnia e difamação (CP, arts.138 a 140). No exercício da liberdade de pensamento e informação, ocorrendo esses tipos penais, o diploma legal aplicável será a Lei de Imprensa (arts.20 a 22).

Tratando dessa espécie de colisão de liberdades individuais e de expressão, o Projeto da nova Lei de Imprensa, em seu art. 26 prevê que *Os conflitos entre a liberdade de informação e os direitos de personalidade, entre eles os relativos à intimidade, à vida privada, à honra e à imagem, serão resolvidos em favor do interesse público visado pela informação.*

Farias critica como arbitrário resolver-se essa colisão de princípios tomando o

<sup>26</sup> *Direitos personalíssimos* é nomenclatura preferível à locução *direitos da personalidade*, pois "personalidade não titulariza direitos. É pressuposto a sua aquisição. Quem porta direitos é a pessoa. Personalidade é conjunto de atributos individuais" GABUR, Gilberto Haddad. *Liberdade de pensamento e direito à vida privada: conflitos entre direitos da personalidade*. S. Paulo, Edit. Revista dos Tribunais, 2000, p. 98).

<sup>27</sup> FARIAS, Edilson. *Op. cit.*, p. 251.

<sup>28</sup> Cf. a prestigiosa obra do ilustre penalista Paulo José da COSTA JR., *O direito de estar só: tutela penal da intimidade*. S. Paulo, Edit. Revista dos Tribunais, 1995.

interesse público como único critério, Aponta que a norma cogitada não explicita o significado de *interesse público*, afasta importantes critérios, como a veracidade da notícia e a continência da exposição, os princípios da concordância prática e da proporcionalidade e, especialmente, o postulado da unidade hierárquico-normativa da Constituição. Ressalva que por motivo de interesse público são igualmente protegidos os direitos personalíssimos, por sua relevância e generalidade.<sup>29</sup>

Para solucionar a colisão desses princípios, FARIAS (252) propõe os seguintes parâmetros: a) *Princípio da concordância prática ou da harmonização*: compatibilizar e harmonizar os direitos colidentes para conseguir a realização de todos em grau ótimo; b) *Princípio do núcleo essencial*: as restrições de direito não podem afetar seu núcleo essencial, de modo a descaracterizá-los e torná-los irreconhecíveis; c) *Regra da proporcionalidade*: deve haver proporcionalidade entre a restrição e o bem jurídico que se protege.<sup>30</sup>

## **2. RESTRIÇÕES FRENTE AOS VALORES ÉTICOS E SOCIAIS DA PESSOA E DA FAMÍLIA - ART. 221-IV**

A liberdade assegurada à imprensa não é absoluta; em razão de sua sujeição ao disposto no inc. IV do art. 5º, não pode atingir a liberdade e a privacidade das pessoas, assim como os programas de rádio e televisão não podem servir à degradação dos valores éticos e sociais da pessoa e da família (art. 221, inc. IV).

Os princípios do art. 221, na verdade, dirigem-se não apenas aos programas audio-televisivos, mas igualmente aos jornais, revistas e demais periódicos: caso contrário, o constituinte estaria permitindo a estes, por omissão, instrumentalizar a corrupção dos costumes. Ademais, hoje, via Internet, qualquer publicação escrita pode ser acessada com a velocidade do rádio ou da televisão.

Há muito que os meios de comunicação, sobretudo no Brasil, vêm afrontando os princípios constitucionais, ao exibirem notícias, novelas, filmes e programas que exaltam a violência, o sexo, ao denegrir o casamento natural entre homem e mulher, e exaltar, ao revés, uniões não naturais, contribuindo para abalar os valores essenciais da sociedade, fundados na organização familiar estável.

Esses valores defluem da própria natureza do homem, da dignidade imanente à pessoa, que não foram criados racionalmente em nenhuma época, e são objeto de proteção na Declaração Universal dos Direitos do Homem, e na Constituição brasileira em seu art. 226 assim enunciado:

*Art. 226. A família, base da sociedade, tem especial proteção do Estado. § 1º O casamento é civil e gratuita a celebração. § 2º O casamento religioso tem efeito civil, nos termos da lei. § 3º Para efeito da proteção do Estado, é reconhecida a união estável entre o homem e a mulher como entidade familiar; devendo a lei facilitar sua conversão em casamento. § 4º Entende-se, também, como entidade familiar; a comunidade formada por qualquer dos pais e seus descendentes.*

Graças à vertiginosa expansão dos veículos de informação, em especial a televisão,

<sup>29</sup> FARIAS, Edilson. *Op. cit.*, p. 254, Nota 37.

<sup>30</sup> *Idem, ibidem*, p.252.

gerou-se, à evidência, uma sociedade passiva e dependente, que reclama programas com mais violência, escândalos, crimes, sexo, fazendo-os responsáveis diretos pela corrosão dos valores familiares e sociais.

Desmerecida a família e atacada a dignidade da pessoa, ficam privadas dos valores éticos de conduta, causas relevantes da intolerância e da violência, despertando o egoísmo inerente aos indivíduos na busca de poder e realização social a qualquer custo.

Dentre os princípios do artigo 221, interessa-nos diretamente o do inciso IV, que vela pelo "*respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família*", por ser dos mais violados da Constituição, desde sua promulgação.

Há aqui uma ofensa *difusa*, porquanto atinge um número indeterminado de pessoas e famílias, isto é, os princípios do artigo 221 são abrangentes das famílias como um todo e das pessoas que as compõem, com reflexos na sociedade.<sup>31</sup>

São palavras do jurista Ives Gandra da Silva Martins: "*Diariamente, hora a hora, em quase todas as emissoras de televisão, em todas as regiões do país, os valores éticos e sociais da pessoa e da família são denegados por uma programação deletéria, que corrói, vilipendia, desagrega, esfacela, desestrutura todos os esforços que pais e educadores não-contaminados fazem para dar um conteúdo ético à pessoa e à família, que é a célula fundamental da sociedade*".<sup>32</sup>

É da observação comum que muitas programações vêm desrespeitando os valores éticos e sociais da pessoa e da família, estando a exigir das sociedades organizadas, e dos governantes, coragem política para corrigir tais distorções, sem nenhum receio de desagradar às elites econômicas.

Acrescentem-se as sociedades e instituições de proteção à família, à infância e à juventude. Estas devem posicionar-se e cobrar moralidade das empresas de comunicação e de seus anunciantes.

Se a imprensa ofende uma raça, diz-se que é racismo; se atinge estrangeiros é xenofobismo; se o jornalismo ataca a Igreja, é anticlericalismo; e quando desmerece, desprestigia, agride a família? Ofende um valor objetivo de direito natural, protegido positivamente nas leis e na constituição.

Está na criança e na juventude o alvo preferencial das mensagens explícitas de rádios e televisões, e na publicidade que veiculam, alimentando o hedonismo consumista, com apelos para uma vida airosa, em que o estudo e o trabalho não constituem valores educativos para o futuro profissional e cidadão.

Esse conflito ou colisão de princípios é de difícil avaliação e solução, porque: a) as próprias famílias, em boa parte, aceitam passivamente que os noticiários e as novelas tragam para sua intimidade a violência ou cenas contrárias à moral familiar; b) as autoridades e órgãos públicos competentes, incumbidos de custodiar as programações das rádios e televisões, observam com neutralidade os costumes que se formam ("ninguém reclamou"); c)

<sup>31</sup> Cf. PODESTA, Fábio Henrique. *Interesses difusos, qualidade da comunicação social e controle judicial*. São Paulo. Edit. Revista dos Tribunais, 2002.

<sup>32</sup> *Comentários à Constituição do Brasil*, São Paulo, Saraiva. 2000. 2ª ed., v. 8. arts. 193/232.

são intérpretes pasteurizados (o fiscal não fiscaliza), não querem assumir o papel de moralistas ou anti-sociais; d) porque os usuários (os cidadãos) não reagem mais, hipnotizado pela opinião pública que os rodeia, permitindo a impunidade ("o que podemos fazer?").

No referente à *publicidade de atos, documentos e informações processuais*, pelos veículos de comunicação, referentes a pessoas sujeitas a investigações, não há normas específicas, exceto as restrições administrativas previstas pelo Estatuto da Criança e dos Adolescentes, nos artigos 143: *É vedada a divulgação de atos judiciais, policiais e administrativos que digam respeito a crianças e adolescentes a que se atribua autoria de ato infracional*, e do art. 247: *Divulgar; total ou parcialmente, sem autorização devida, por qualquer meio de comunicação, nome, ato ou documento de procedimento policial, administrativo ou judicial relativo a criança ou adolescente a que se atribua ato infracional*, e seu § 2º: *Se a divulgação for através de órgão de imprensa ou emissora de rádio ou televisão, além da multa, apreensão da publicação ou suspensão da programação da emissora até por 2 (dois) dias, e do periódico até por 2 (dois) números.*<sup>33</sup>

Constata-se, todavia, certa tolerância ou omissão autoridades públicas, defensoras da infância e da juventude, tutores privilegiados desses pequenos cidadãos, por mandato expresso da Constituição e do Estatuto da Criança e dos Adolescentes, frente à programação excessivamente permissiva, liberada para horários impróprios a menores, não se considerando, até mesmo, a existência de vários fusos horários no território nacional, invalidando a classificação das faixas etárias.<sup>34</sup>

### **3. RESTRIÇÕES POR RESPEITO À PRESUNÇÃO DE INOCÊNCIA - ART. 5º, INC. LVII**

Essa garantia constitucional deve constituir para os jornalistas, radialistas e demais operadores dos meios de comunicação, uma forte advertência a fim de restringir a tendência de transformar um fato ou notícia em sensacionalismo, visando alcançar celebridade, como nos casos do Bar Bodega e da Escola Base ou do suicídio do PM na televisão, e outros, tomados como casos limites.

No Código de Processo Penal há o sigilo no inquérito policial (art. 20), mas não tem por escopo a proteção do indiciado, apenas preservar a investigação do fato incriminado.

<sup>33</sup> Cabe registrar que o art. 247, § 2º, do ECA foi julgado inconstitucional pelo STJ; na expressão "*ou a suspensão da programação da emissora até por dois dias, bem como da publicação do periódico até por dois números*", que importa em restaurar a censura, colidindo com o art. 220, § 1º, da CF (ADIN nº 869-2, Rel. Min. Ilmar GALVÃO, Ac. de 4.8.1999). Nesta hipótese, a suspensão da programação do *Domingo Legal* por dois dias, aplicada por Juíza de Direito, foi uma censura, e não sanção administrativa.

<sup>34</sup> Atualmente desenvolve-se na Câmara Federal a campanha "*Quem Financia a Baixaria é contra a Cidadania*", dentro da Comissão de Direitos Humanos, organizada por parlamentares conscientes do problema, e presidida pelo deputado federal Orlando Fantazzini (PT-SP); instituiu-se o dia 17 de outubro como "*Dia Nacional contra a Baixaria na TV*", com apelo aos telespectadores para desligarem a TV por um tempo, e que congestionem os serviços 0800, ouvidorias públicas, redes de TV e rádio com reclamações sobre a falta de respeito aos direitos humanos na TV (*O Estado de S. Paulo*, 5/7/2004).

Em seqüência, a campanha estabeleceu parceria com o Conselho Federal de Psicologia, para a colaboração de psicólogos no acompanhamento e avaliação dos programas de televisão, levando em conta "*O impacto na forma legal e psicológico da pessoa*", e denúncia daqueles que não respeitem a dignidade humana. Após um ano de campanha, houve mudanças na postura dos meios de comunicação. Programas citados no *ranking* da baixaria estavam sendo obrigados pelo Ministério Público a modificar a programação ou reclassificar seus horários. (Ag. Câmara, *apud* Revista *Cidade Nova*, maio 2004, p. 47).

Alguns Estados tomaram iniciativas para a proteção da presunção de inocência: no Paraná, o Dec. 465, de 11.06.1991, determina que os órgãos de segurança não permitam a exposição de pessoas a programas sensacionalistas; em Santa Catarina, a Lei 4.596, de 29.11.1991, proíbe que indiciados sejam expostos aos veículos de comunicação social, inclusive a fotos e filmagens; igualmente no Estado do Piauí.<sup>35</sup>

Os órgãos jurisdicionais, em julgamentos *sub iudice*, também podem estabelecer restrições a transmissões de audiências pela televisão, a fim de preservar os direitos à honra e imagem das pessoas envolvidas no processo, e resguardar a independência e imparcialidade do Judiciário (Idem: 274).

O Tribunal de Justiça de São Paulo confirmou decisão de 1ª instância bloqueando os serviços telefônicos conhecidos como disque-sexo, por considerá-los *ofensivos ao direito dos jovens à educação, à dignidade e ao respeito*.<sup>36</sup> Deferindo tutela preliminar, em pedido de execução de termo de compromisso, Juiz Federal do Piauí determinou às emissoras de televisão restrições salutaras para filmagens ou fotografias de pessoas envolvidas em crimes, tanto para adultos como menores, com penas severas de multas.<sup>37</sup>

Nesse choque de princípios e de valores, cabe ao Judiciário controlar a imprensa, sem exercer uma censura explícita do ético e do antiético; mas, ao mesmo tempo, a imprensa tem por missão, no exercício de sua liberdade, controlar o Judiciário, denunciando desvios processuais, para que os fatos denunciados e provados recebam a necessária sanção legal, sob pena de impunidade e descrédito quanto à eficácia das instituições judiciárias.<sup>38</sup>

As mais sérias infringências à presunção de inocência pela crônica policial ocorreram nos casos da Escola Base (1994) e do Bar Bodega (1996), gerando pedidos de indenizações milionárias contra as empresas e o Estado.

### **O Caso da Escola Base**

*Em março de 1994, a Escola Base, situada no Bairro da Aclimação, em São Paulo, foi fechada após a divulgação pela imprensa de que alunos eram alvo de abusos sexuais. Diante de situação não comprovada, a mídia promoveu a execração pública das pessoas envolvidas. O efeito imediato consistiu no saque e depredação do prédio da escola. A acusação contra a escola era infundada e o inquérito foi arquivado. A imprensa admitiu os erros publicamente. O assunto ainda é discutido nas faculdades de jornalismo, seminários e eventos de comunicação no país.*

*Os donos da Escola e outros prejudicados promoveram ações por danos morais contra a Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, SBT; TV Globo, Veja, TV Record, Rádio e TV Bandeirantes e IstoÉ, pleiteando elevada soma de cada veículo de comunicação, pelo "linchamento moral" que sofreram. A autoridade policial que presidia o inquérito e divulgou as informações, e o Estado de São Paulo, também foram processados pelos ofendidos.*<sup>39</sup>

<sup>35</sup> FARIAS, Edilsom. *Op. cit.*: p. 273.

<sup>36</sup> TJSP, MS 22.738-0. Rel. Ney Almada, v.u. 20.10.94. *Apud* FARIAS, Edilsom, p. 275. n. 84.

<sup>37</sup> Justiça Federal de 1ª Instância, Seção judiciária do Piauí, Ação civil pública. Proc. 99.1985-0, juiz Marcelo Carvalho Cavalcante de Oliveira. 11.05.1999. *Apud* FARJAS. Edilsom. p. 278, n. 88.

<sup>38</sup> LECLERC. Henri; THÉOLLEYRE. Jean-Marc. *Les Médias et la Justice. Liberté de la presse et respect du droit*. Paris. CFPJ. 1996.

<sup>39</sup> *Apud* www.ambito-juridico.com.br/aj/cron0068.htm; NASSIF. Luís. *o jornalismo dos anos 90*. São Paulo, Futura. 2003.

O transcorrer dos fatos revelou o incontestável poder da mídia e sua enorme responsabilidade sobre a maneira como foram noticiados. As seqüelas emocionais nos acusados, com certeza, são insanáveis, passando a ser as verdadeiras vítimas desse erro grave dos veículos de comunicação em todo o país.

### **O Caso Bar Bodega**

*Em 10 de agosto de 1996, cinco assaltantes invadem o Bar Bodega, no bairro de Moema, São Paulo (SP), levam R\$ 4 mil reais do bar, jóias, dinheiro, documentos dos clientes e matam um dentista de 25 anos e uma estudante de 23, e fogem. Houve forte campanha contra a violência, pela rádio e pela TV. Pressionado pela opinião pública, o delegado responsável prendeu nove suspeitos, rapazes e meninos de uma favela vizinha. Detidos por 60 dias, três "confessaram o crime". Um promotor público suspeitou de confissão sob tortura e pediu a libertação dos presos. Rádios e televisões protestaram. Em novembro, a Divisão de Homicídios prendeu seis acusados e a Justiça condenou cinco, como os verdadeiros culpados pelo crime. Os menores haviam sido torturados na Delegacia e com o conhecimento dos repórteres que cobriam o caso.*

A campanha popular conseguiu cegar a opinião pública contra a defesa dos acusados e tornar os jornalistas cúmplices da tortura. O Ministério Público paulista saiu engrandecido. Mas, e as reportagens que condenaram a todos previamente? E a responsabilidade social dos jornalistas e empresas de comunicação?

Houve, também nesse episódio, uma colisão de princípios, envolvendo a livre comunicação em detrimento da presunção de inocência dos primeiros acusados. Havia uma situação de relevância social da informação ou da opinião, referidas a pessoas e à sociedade, mas havia, igualmente, uma exigência quanto à veracidade das informações difundidas, de quaisquer jornalistas verificarem as fontes das informações. A ética na informação jornalística não prescinde de responsabilidade, competência e respeito à dignidade da pessoa humana.

### **CONCLUSÕES**

1. Na sociedade democrática organizada, todo cidadão tem o *direito de ser informado* dos fatos relevantes que afetam sua vida pessoal, sua família, sua comunidade próxima ou até a comunidade maior da nação, como meio para agir proativamente no resguardo de sua pessoa ou de seus interesses.
2. O direito de *informação* dos comunicadores é distinto do direito de o cidadão *ser informado*, mas coincidem na necessidade, conveniência ou relevância social da informação.
3. Os princípios constitucionais sobre a informação são *dúpliques*: direitos e deveres dos cidadãos e dos meios de comunicação. As pessoas têm direito a saber o que ocorre em sociedade (notícias sobre fatos, acontecimentos, economia, esportes, política, cultura, etc.) e, reciprocamente, têm o direito de se defenderem de notícias que atinjam diretamente sua honra, privacidade, interesses patrimoniais, e têm, também, direito e dever de denunciar os abusos da mídia, que afetem a vida social, para exigir o cumprimento dos preceitos constitucionais que, antes de serem legais, são morais.

4. São, assim, deveres éticos das famílias, da sociedade (comunidades, órgãos de classes, associações, igrejas, etc.) e do Estado, exigirem a adequação e regulamentação da publicidade, de publicações, programas televisivos e outros meios de expressão, para que não atentem aos princípios constitucionais de moralidade desses meios, e cumpre os objetivos sociais dos meios de comunicação.

5. Famílias e associações são as entidades competentes para defesa desses valores morais que sustentam toda a sociedade. Movimentos organizados devem chegar até às fontes legislativas, conclamando os parlamentares, sobretudo dentro das Comissões de Direitos Humanos, a efetivar os princípios programáticos sobre os meios de comunicação social.

6. A construção do bem comum cultural, intelectual e político, obriga todo cidadão consciente a adotar uma postura proativa frente aos produtos de comunicação de massa que agridam a dignidade da pessoa humana. Sendo o cidadão o destinatário final das diversas expressões comunicativas, tem o direito inafastável de exigir qualidade em tudo o que lhe é apresentado ou exposto, individual ou coletivamente. Essa qualidade, essência do jornalismo, funda-se no conteúdo moral de veracidade, segundo os padrões exigíveis pelo senso comum da sociedade.

7. O respeito à pessoa, em seus valores superiores, honra, dignidade, consolidados nas normas das constituições democráticas e nas leis civis, não se constrói apenas com a lei, de alto a baixo, mas, ao contrário, deita raízes no seio das famílias conscientes, e se difunde às comunidades e instituições.

8. A mídia - termo que abrange amplas formas de expressão do pensamento, falada, escrita ou televisionada - é, em sua essência, o mais valioso instrumento de prestação de serviços à sociedade e ao país, como canais de informação, educação e entretenimento, destinados à formação cultural de um povo.

9. Sem exclusão do objetivo econômico, necessário a sua manutenção e desenvolvimento, as empresas de comunicação devem considerar como prioridade os destinatários finais de seus produtos (leitores, ouvintes ou telespectadores), não como meros usuários ou consumidores das idéias que apregoam, ou das utilidades que promovem, mas respeitá-los em sua dignidade intelectual, moral, e por que não dizer, espiritual, Como sociedade pluralista que somos, em que todos devem conviver em harmonia respeitosa e sem preconceitos.

10. A *mídia cultural* representa a expressão mais brilhante da inteligência humana aplicada à comunicação social. Revistas, jornais, livros e programas televisados sobre a história, a natureza, os costumes das sociedades, as investigações científicas etc., constituem marcantes contribuições para aperfeiçoamento dos sistemas educativos, sem lhes retirar o tempo necessário para maturação do aprendizado, na infância e na juventude. Com esse objetivo, a mídia, sobretudo a televisada, caminha lado a lado com a educação convencional, servindo-lhe de ancila ou pedagoga (como o preceptor que, na Grécia antiga, levava e trazia as crianças à escola). Os desvios que causa têm levado à catástrofe do ensino médio.

11. A *mídia-entretenimento*, a sua vez, captando os sentimentos lúdicos dos expectadores, desperta-lhes a imaginação criativa, as sensações de prazer e alegria, que equilibram as emoções humanas. Nesse campo, principalmente, costuma resvalar para o humor barato, chulo, asqueroso às vezes, mas sempre prejudicial à formação moral das pessoas, sobretudo crianças e adolescentes, que se acostumam a tomar como modelo personagens de vida alegre, duvidosa ou equívoca, criando padrões não convencionais de comportamento.

12. Entretanto, está na *mídia jornalística*, do tipo *investigativo* ou de *denúncia*, a face trágica e paradoxal do jornalismo escrito, falado ou televisionado: de um lado, o combate heróico aos escândalos públicos, à corrupção, ou as narrativas de tragédias e crimes infamantes; de outro, negativamente, a invasão da privacidade ou mesmo intimidade de pessoas, lares ou instituições, e a conseqüente exposição pública a julgamentos sumários, muita vez de inocentes.

13. O jornalismo-denúncia gera, freqüentemente, graves conflitos entre a *liberdade de informação* da imprensa e a *presunção de inocência* das pessoas (preceito penal e constitucional); aí se situam os *limites éticos indeterminados* da liberdade de expressão midiática, reclamando necessariamente a intervenção do Judiciário para defini-los. São os promotores públicos e os juízes que devem mediar a configuração destes dois valores da liberdade: garantir a livre expressão dos meios de comunicação, e resguardar o direito à privacidade e a presunção de inocência.

14. Nesse choque de princípios e de valores, cabe ao Judiciário controlar a imprensa, demarcando os limites do lícito e do ilícito, sem exercer, uma censura explícita do ético e do antiético; mas, ao mesmo tempo, a imprensa tem por missão, no exercício de sua liberdade, controlar o Judiciário, denunciando desvios processuais ou de conduta de promotores, juízes ou de órgãos judiciários, para que os fatos denunciados e autenticamente provados recebam a necessária sanção legal, sob pena de impunidade e descrédito do povo quanto à eficácia das instituições judiciárias.

15. A relação Justiça-Mídia é historicamente tensional e conflitiva: as duas instituições velam as portas da democracia. Uma *justiça independente* é necessária para que direitos, liberdade e dignidade de cada um sejam respeitados e assegurados; e *mídias livres* são indispensáveis às pessoas e à sociedade, ao informar sobre fatos políticos, culturais e sociais, para exercício consciente da cidadania.

16. Como agir, nós cidadãos e a sociedade, frente aos excessos e abusos da mídia? Algumas *iniciativas concretas* têm sido propostas para coibir transgressões aos princípios constitucionais, pelos meios de comunicação social:

a) instituições, movimentos e grupos de defesa dos direitos humanos e da cidadania, que realizem campanhas junto aos representantes políticos, pressionando os Ministérios da Educação, Cultura e Justiça, *para serem cumpridos os princípios constitucionais do art. 221 da Constituição Federal*;

b) apoiar os que se empenham na melhoria da qualidade da mídia: campanhas de organizações (coletivas) para pressão sobre indústrias e comércio, patrocinadores de publicidades e programas de TV;

c) ações mais abrangentes: *educação para ver TV*, com maior estímulo à leitura; *códigos de ética* para jornalistas e suas empresas (em geral) e publicitários (em especial); *campanhas da cidadania* para pressão popular sobre a indústria e comércio, patrocinadores de publicidade e programas de TV; manifestações escritas aos jornais, por artigos, cartas, e-mails, visando *despertar e formar a opinião pública*; *exercício da cidadania*: desobediência civil, indignar-se, rebelar-se, boicotar, desligar a TV; não adquirir produtos que sustentam programas, etc.

17. Marcha, velozmente, uma *nova invasão dos bárbaros*: forças econômicas controlando os grandes veículos de comunicação; a inércia das autoridades públicas responsáveis pelos meios de comunicação; sobretudo, a cultura hedonista e consumista de grande parte da sociedade; um nível de cultura social que impede o exercício de uma consciência crítica; *last, but not least*, a substituição da pedagogia tradicional do aprendizado escolar pela cultura instantânea da Internet.

18. O direito dos cidadãos à intimidade está diretamente ligado à ética nos meios de comunicação, que significa o respeito à dignidade da pessoa humana. Num país como o Brasil, asfixiado por crônica e impertinente crise educacional, cabe à TV assumir uma responsabilidade social que ultrapasse a frivolidade das novelas, e às revistas, erradicar a desmoralização dos costumes, que atinge a intimidade das pessoas.

19. Há que se promover revolução diuturna para deter o avanço da barbárie. Esta deverá ser, sempre, a sublime missão da família, da escola e dos meios de comunicação social: transmitir às crianças e aos adolescentes o cultivo dos valores humanos essenciais à vida cultural e espiritual, fundados na ética da solidariedade, do respeito mútuo, da verdade, por amor a si mesmos e ao próximo, para a solidificação de uma sociedade melhor.

## **BIBLIOGRAFIA**

### **Livros**

BARBOSA, Rui. *A Imprensa e o Dever da Verdade*. Rio de Janeiro, Simões, 1957.

BASTOS, Celso Ribeiro, MARTINS, Ives Gandra da Silva. *Comentários à Constituição do Brasil*, vol. 2, arts. 50 a 17, e vol. 8, arts. 193 a 232. 2ª ed. São Paulo, Saraiva, 2000.

BERTOLO, Rubens Geraldi. *Inviolabilidade do Domicílio*. São Paulo, Método, 2003.

BERTRAND, Claude-Jean. *A deontologia das mídias*. Bauru, São Paulo, Edusc, 1999.

\_\_\_\_\_. *O arsenal da democracia. Sistemas de responsabilização da mídia*. Bauru, São Paulo, Edusc, 2002.

BUCCI, Eugênio. *Sobre Ética e Imprensa*. São Paulo, Companhia das Letras, 2002.

CHIMELII, Mannoun. *Família & televisão*. São Paulo, Quadrante, 2002.

CORNU, Daniel. *Ética da informação*. Bauru, São Paulo, Edusc, 1998.

DONNINI, Oduvaldo; DONNINI, Rogério Ferraz. *Imprensa livre, dano moral, dano à imagem, e sua quantificação*. São Paulo, Método, 2002.

FARIAS, Edilsom. *Liberdade de Expressão e Comunicação. Teoria e proteção constitucional*. São Paulo, Edit. Revista dos Tribunais, 2004.

FERNANDES NETO, Guilherme. *Direito da Comunicação Social*. São Paulo, Edit. Revista dos Tribunais, 2004.

FERREIRA, Aluizio. *Direito à informação, direito à comunicação. Direitos fundamentais na Constituição brasileira*. São Paulo, Celso Bastos Editor, 1997.

FREITAS, Bárbara. *Itinerários de Antígona. A questão da moralidade*. Campinas, São Paulo, Papirus, 2002, 3ª ed.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. Bauru, São Paulo, EDUSC, 2001.

LECLERC, Henri; THÉOLLEYRE, Jean-Marc. *Les Médias et la justice. Liberté de la presse et respect du droit*. Paris, CFPJ, 1996.

MARTINS-COSTA, Judith (Org.). *A reconstrução do Direito Privado: reflexos dos princípios, diretrizes e direitos fundamentais constitucionais no direito privado*. São Paulo, Edit. Rev. dos Tribunais, 2002.

MATTELART, Armand. *A globalização da comunicação*. Bauru, São Paulo, Edusc, 2000.

MONDIN, Battista. *Definição filosófica da pessoa humana*. Bauru, EDUSC, 1998.

MORAES, Alexandre de. *Constituição do Brasil interpretada*. São Paulo, Atlas, 2002.

NALINI, José Renato. *Ética e justiça*. São Paulo, Oliveira Mendes, 1998.

NASSIF, Luís. *O jornalismo dos anos 90*. São Paulo, Futura, 2003.

PODESTÁ, Fábio Henrique. *Interesses difusos, qualidade da comunicação social e controle judicial*. São Paulo, Revista dos Tribunais, 2002.

RIBEIRO, Alex. *Caso Escola Base - Os abusos da imprensa*. São Paulo, Ática, 1995.

SARTORI, Giovanni. *Homo videns. Televisão e pós-pensamento*. Bauru, EDUSC, 2001.

SILVA, José Afonso da. *Curso de Direito Constitucional Positivo*. 21ª ed. São Paulo, Malheiros, 2002.

SARTORI, Giovanni. *Homo videns. Televisão e pós-pensamento*. Bauru, EDUSC, 2001.

WARNIER, Jean-Pierre. *A mundialização da cultura*. Bauru, EDUSC, 2000.

WERNECK, Vera Rudge. *Cultura e Valor*: Rio de Janeiro/São Paulo, Forense Universitária, 2003.

#### Artigos

BASTOS, Celso Ribeiro. A liberdade de expressão e a comunicação social. *Revista dos Tribunais*, São Paulo, n. 20, p. 48-52, jul.-set. 1997.

DENARI, Zelmo. A comunicação social perante o Código de Defesa do Consumidor. *Revista de direito do consumidor*. São Paulo, Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor, n. 4, p. 132-139, 1992.

GARCIA, Maria. Censura e comunicação social. *Revista de Direito Constitucional e Internacional*. São Paulo, v. 34, p. 99-104, jan.-mar. 2001.

MAGALHÃES, José Luiz Quadros de. A comunicação social e a democracia. *Revista de Direito Administrativo*. Rio de Janeiro, v. 203, p. 115-130, jan.-mar. 1996

MARTINS, Ives Gandra da Silva. Direitos e deveres no mundo da comunicação. Da comunicação clássica à eletrônica. *Revista Forense*. Rio de Janeiro, v. 356, p. 51-64, jul.-ago. 2001.

PELUSO, Vinicius de Toledo Piza. Sociedade, *mass media* e direito penal: uma reflexão. *Revista Brasileira de Ciências Criminais*. São Paulo, v. 39, p. 175-187, jul.-set.2002.

MARTINS, Ives Gandra da Silva; PEREIRA JR., Antonio Jorge (Coords.). *Direito à privacidade*. Aparecida: São Paulo, Idéias & Letras e CEU (Centro de Extensão Universitária), 2005, pp.241-272.