

Televisão

A Força da Palavra

Desembargadora Leticia Sardas

“ Da observação da irredutibilidade das crenças últimas extrai a maior lição da minha vida. Aprendi a respeitar as idéias alheias, a deter-me diante do segredo de cada consciência, a compreender antes de discutir, a discutir antes de condenar. E porque estou com disposição para as confissões, faço mais uma ainda, talvez supérflua: detesto os fanáticos com todas as minhas forças.”

Itália Civile,

Lacaita, Manduria – Bari- Perugia, 1964, pp. 7-8,

Passigli, Florença, 1986, pp. 11-12

I – Primeiras notas:

Com frequência temos escutado falar que a **televisão** constitui o meio, por excelência, de divertimento e de informação, preenchendo espaços de lazer, condicionando a tomada de decisões no campo político, provocando solidariedade e adesões ¹, mas também sendo a responsável por variados conflitos e rupturas.

Registrando em som e em imagem todos os tipos de acontecimentos, a **televisão** integra povos e territórios tão distantes e tão distintos, que tem sido um valioso instrumento na transformação do mundo numa aldeia global.

Relevante apontar o papel dos satélites, que criaram e possibilitaram a era das transmissões ao vivo.

¹ Em “ *Tempos Interessantes – Uma vida no século XX* ”, Eric Hobsbawm, examinando os principais acontecimentos de seu tempo, narrou, - com as cores de quem vivenciou amplamente cada um destes fatos -, as crises financeiras e políticas da década de 20, a ascensão de Hitler, a Segunda Guerra Mundial, a Guerra Fria, a rebelião dos anos 60, a situação política e social na América Latina, o fim do império soviético e o papel dos Estados Unidos como potência hegemônica. Em certo trecho desta bibliográfica obra, publicada pela Companhia das Letras, o famoso historiador britânico referiu-se a uma *moderna operação de mídia*, ocorrida após os distúrbios raciais de Nothing Hill, de 1958. Esta campanha anti-racista na Grã-Bretanha, denominada “*Campanha dos Astros pela Amizade Inter-racial*” (SCIF), teve grande adesão, não propriamente em decorrência da participação de grandes astros do jazz, como Johnny Dankwort, Cleo Laine, Humphrey Lyttleton e Chris Barber, mas pelo relevante papel da televisão, que produziu idéias que faziam notícia, como a festa de Natal infantil inter-racial, que foi integralmente transmitida pela televisão britânica.

Assim, a **televisão** deu ao jornalismo um importante contributo, revolucionando a reportagem ².

A versatilidade do veículo, colocando diante dos nossos olhos a notícia que *acontece* ³, bem como os conhecidos avanços técnicos, fizeram com que o telejornalismo procurasse novos caminhos para ofertar ao público o *produto-notícia*, diferenciando-se dos outros concorrentes.

É o poder da força criadora da palavra, conjugada com a imagem dos fatos, como formadora ou informadora de opiniões, que buscamos analisar nesta pesquisa.

II – A força da palavra:

Otelo, de Willian Shakespeare, a conhecida tragédia do ciúme, da insensatez e da perfídia, é, talvez, um dos mais marcantes exemplos da influência da palavra, como força criadora de fatos.

Iago, o invejoso alferes de Otelo, primeiro despertou a ira de Brabâncio, contando que sua filha, a doce e boa Desdêmona fugira com o mouro:

“ Irra, senhor! Irra! O senhor está roubado! Vista-se, por decência!, despedaçaram-lhe o coração, perdeu metade da sua alma; agora mesmo, neste mesmo instante, um velho carneiro negro está cobrindo a sua ovelha branca. Levante-se, erga-se! Acorde com o toque de rebate os cidadãos que ressonam descuidados, quando não o diabo fá-lo-á avô., erga-se: digo-lhe eu. ”

E quando Brabâncio, aturdido, pergunta-lhe quem é, responde o intrigueiro:

“ Sou aquele que lhe vem anunciar que sua filha e o Mouro estão agora perfazendo o animal de duas costas.”

² Pesquisas realizadas por abalizados institutos de pesquisa têm revelado que o rádio ainda detém a maior audiência durante o dia, somente perdendo para a televisão no horário noturno.

³ Imagens como a do estudante enfrentando tanques na Praça em Pequim, transmitida ao vivo pela televisão, são impressões que nunca se apagarão da mente dos telespectadores.

Não satisfeito, e ambicionando o posto do tenente Cássio, Iago, ainda com a força da palavra, instiga Rodrigo, que é apaixonado por Desdêmona, fazendo-o crer que a doce dama por aquele se apaixonara.⁴

Em seguida, numa clara demonstração de suas intenções, Iago planeja *derramar peçonha no ouvido* do Mouro, levando-o, envolvido com as palavras do alferes, a matar a bela Desdêmona.

“ Divindade do inferno!, quando os diabos sugerem os mais negros pecados, tentam-nos primeiro com aparências celestiais, como eu faço agora; por que enquanto este honesto imbecil pede a Desdêmona que repare a sua fortuna, e ela intercede por ele junto do Mouro, eu derramarei esta peçonha no seu ouvido: - Que ela o proteja por motivo da luxúria do seu corpo; - e quanto mais ela tratar de fazer bem, mais destruirá o próprio crédito no conceito do Mouro. Assim transformarei a sua virtude em peço; e a sua própria bondade farei a rede que os colherá a todos.”

Esta tragédia é, sem dúvida, um marco, simbolizando como a palavra pode ser usada para fomentar intrigas, para intrigar corações, para mudar a vida das pessoas, para mudar o rumo das coisas, para provocar rupturas, para criar adesões.

III- O poder da palavra virtual:

Uma nova realidade surgiu no fim do último século. A palavra sempre compreendida como depositária de informação, não é mais só a palavra escrita. Com a informática surge, como uma nova modalidade de palavra, a palavra virtual, não a palavra escrita, não a palavra falada, mas a palavra visualmente visível num écran por força de um jogo complexo cingido a uma simples lógica binária.

Ao se criar um *site* na Internet, com mais ou menos ligações,

⁴ “ Põe o teu dedo assim e deixa que a tua alma seja instruída. Repara com que violência ela primeiro amou o Mouro, somente pela sua jactância e fantasiosas mentiras. Amá-lo-á ela ainda pelo seu palavreado? Não deixes que o pense o teu discreto coração. Os seus olhos precisam de alimento; e que deleite poderá ela ter em olhar para o diabo? – Quando o sangue está entorpecido pela ação dos deleites, deveria haver – para outra vez o inflamar e saciar -, um novo apetite – beleza que ajudasse, harmonia de idade, maneiras e encantos; tudo isto falta ao Mouro. À mingua destes requisitos essenciais, a sua delicada ternura se achará iludida; começará a sentir náuseas, a enjoar-se e a aborrecer o Mouro. A própria natureza a instruirá no assunto e a compelirá a uma segunda escolha. Agora, posto isto (e é uma suposição a mais fecunda e natural), quem está tão iminente nos degraus desta fortuna como Cássio? – um biltre extremamente volúvel –, com tanta capacidade quanta basta para se envolver nas formas polidas e decentes, com que melhor possa encobrir o seu obscuro e libertino afeto? Ninguém, com certeza ninguém, um sutil e insinuante patife, um farejador de ocasiões, que tem olhos capazes de publicar e simular quando mesmo tais fortunas nunca se deram; um endiabrado velhaco! Além disso, o patife é bonito, novo e tem todos os requisitos que a doidece e a imaginação inexperiencede procuram. Um biltre completo, pestilento; e a mulher já está eivada. “

" ... estamos a lançar informação para um espaço virtual, para uma terra de ninguém que tem, no entanto, a qualidade única e insubstituível de todos ali poderem pisar os pés e de, por ela e nela, acederem à informação que lá foi "plantada".⁵

A palavra já não pertence a ninguém. Pode ser criada, recriada, transformada ou desencantada com a sutileza ou a persistência dos conquistadores do nada ou no tempo de um olhar.

Pode ser fonte de informação, mas também pode o palco da perplexidade do pensar, mas, de qualquer forma, não perde a característica de ponto de encontro do modo-de-ser-humano.

IV – A televisão:

O poder manipulador da **televisão** logo foi percebido pelas forças politicamente dominantes⁶, favorecendo a preponderância do Estado na definição e na execução do serviço público.⁷

Assim, - particularmente no continente europeu -, o princípio do monopólio do Estado surgiu naturalmente, em matéria de produção televisiva.

Entendeu-se que somente um sistema público seria capaz de fazer serviço público.⁸

Criou-se uma espécie de taxa, que cada família proprietária de um televisor pagava no momento da sua aquisição. A compra de aparelhos crescia. Os tempos eram de expansão econômica. A popularidade da nova mídia era evidente.

O sistema prosperou.

⁵ José Francisco de Faria Costa (*Quem é afinal o chefe da ALDEIA?*)Revista da Maxtel – pág. 580/586

⁶ Em Portugal, conforme relatado por José Rebelo, em "*Televisão Pública/Televisão do Público*", a empresa pública de televisão, a RTP, conheceu, nos últimos 27 anos, 21 presidentes: autêntica miscelânea que traduz o zigzaguar da política portuguesa desde a Revolução de Abril.

⁷ Fernand Terrou, no advento da televisão na França, indicou sete razões que justificavam a preponderância do Estado na execução deste serviço: 1- raridade das frequências hertzianas; 2 – elevados custos de instalação e de exploração das estações; 3 – razões históricas, como a recuperação do monopólio estabelecido para as transmissões postais e telegráficas; 4 – o extraordinário "poder social", isto é, importância decisiva na formação da opinião pública; 5 – necessidade de garantir o princípio da "universalidade" do serviço público, impedindo que o serviço de televisão esteja disponível apenas em regiões comercialmente relevantes; 6 – direito do Estado dispor de um meio de comunicação suscetível de informar todos os cidadãos, nomeadamente, no que respeita às grandes orientações estratégicas de defesa nacional, relações externas, educação, et.; 7 – possibilidade de ultrapassar obstáculos levando a pluralidade de emissões culturais. (cf. obra e autor supracitados).

⁸ Com a adoção do monopólio do Estado sobressai a confusão dos conceitos de *serviço* público de televisão e de *sistema* público de televisão. (idem)

Em certo momento, ocorreu a estagnação da economia. As compras dos aparelhos de televisão acompanharam o declínio.⁹ O mercado não mais apresentava opções para novos adquirentes de produtos.

Com o acentuado descompasso entre custos e receitas, o sistema público de televisão se vê obrigado a recorrer à publicidade.

“ Solução perversa. Porque o apelo à publicidade equivalia, particularmente na Europa onde a oposição público/privado é mais sentida, a renunciar à concepção original de serviço público. Como aceitar, de fato, que um sistema público, responsável pela produção de um serviço público, fosse financiado e, por conseguinte, preservado graças à publicidade, símbolo do privado triunfante?

A Europa,¹⁰ quase sem exceção, viu a multiplicação das estações privadas de televisão e o surgimento de um sistema de concorrência público/privado.¹¹

Na França, sentindo o poder político que os novos ventos sopravam no sentido da televisão privada, criou-se um ambiente propício para a mudança, impelindo-se os grupos econômicos a aproveitar a grande oportunidade.

Em 1984 é atribuída a concessão do *Canal Plus* a um colaborador direto de François Mitterrand, então Presidente da República.¹² Em 1986, personalidades também ligadas ao Presidente são beneficiadas com as concessões da *M6* e da *La Cinq*.

⁹ Calcula-se que, em média, o parque de receptores de TV se renova de dez em dez anos. (idem)

¹⁰ “Em outras palavras: assistiu-se à instituição de uma espécie de Yalta do audiovisual que, em alguns casos, traduz a impotência dos Estados para responder adequadamente à onda avassaladora da iniciativa privada, exprime, noutros, estratégias de acompanhamento ou, mesmo, de antecipação.”(idem).

¹¹ Na Itália ocorreu um fato típico da impotência do Estado. A RAI (rede de televisão pública italiana) formada em 1944, com estrutura tipicamente fascista, sobre os escombros da EIAR, funcionou durante cerca de vinte anos como elemento determinante para a difusão dos ideais democrata-cristãos. Tinha como missão contribuir para o aprofundamento da “democracia guiada” (termo usado por Amintore Fanfani). Assim, vários integrantes de seus quadros, bem como seus responsáveis, transitaram diretamente de jornais democrata-cristãos como o *Il Popolo*. O progressivo enfraquecimento do Partido político democrata-cristão, que foi forçado a negociar para se manter no poder, ocasionou a abertura de brechas no edifício monolítico da televisão. Desta forma, a partir de 1975, tem início uma nova fase na história da televisão italiana, que é partilhada pelos principais partidos políticos. A RAI 1 fica com o partido democrata-cristão; a RAI 2 fica com o partido socialista e a RAI passa a ser controlada pelo partido comunista. A reação dos pequenos blocos políticos excluídos da partilha, aliado ao fim do compromisso histórico entre os democrata-cristãos e os comunistas, abalaram a partilha dos três grandes grupos políticos. Grupos pequenos, que se intitulavam “alternativos”, apoiados pelo *Il Manifesto*, lançaram-se à tarefa de abrir canais de televisão. Cerca de quinzentas novas estações apareceram no panorama televisivo italiano. As razões eram sempre comerciais e estavam todas ao arpejo das leis vigentes. O partido socialista, - içado ao poder em decorrência da cisão entre os partidos democrata-cristão e comunista -, não consegue reagir a pressão do grupo de Silvio Berlusconi. Em 1985 três redes de televisão privada, de cobertura nacional, iniciam as atividades na Itália. Cinco anos depois, em 1990, a Lei Mammì consagrou a existência de uma pretensa instância reguladora: “*Garante dell’ editora* “. O poder econômico triunfara. (idem)

¹² O beneficiado foi André Rousselet.

Até mesmo durante o conservador governo de Jacques Chirac, a França assistiu a privatização da *TF1*¹³, e diversas outras concessões demonstram a proximidade dos grupos econômicos com os grupos políticos.¹⁴

À fase do **Estado operador**, - em situação de monopólio -, se segue a fase do **Estado operador e regulamentador**, delegando parte de suas responsabilidades ao poder privado.

É a fase das concessões.

“ Estado que investe diretamente, financiando uma televisão pública. Mas Estado que, ao mesmo tempo, delega parte de suas responsabilidades no setor privado, através da concessão, a este, da possibilidade de prestação de serviço público. Estado que regulamenta e administra, criando e aplicando legislação apropriada. Estado que negocia nas instâncias internacionais.”¹⁵

A evidente decadência do sistema público de televisão tem sido apontado como um evidente sinal da decadência do Estado-Nação.¹⁶

Enquanto há o declínio da televisão pública, a televisão privada prossegue conhecendo sucessivas e vitoriosas fases de evolução.¹⁷

Com a diminuição da intervenção do Estado-Nação, fenômeno denominado de a crise do Estado mínimo, corre-se, no entanto, o risco de se assistir o desenvolvimento de crises sociais que o mesmo Estado-Nação tinha o compromisso e o cumpria, de contê-las.

Os indicadores atuais, neste mundo globalizado, apontam para a criação de grandes fossos de segregação, separando, drasticamente, o grupo que tem emprego, do grupo, cada vez maior, dos que não tem emprego e que sequer têm condições de obtê-lo.

¹³ O beneficiário foi Francis Bouygues, de tendência reconhecidamente direitista.

¹⁴ Para a *M6* entram a *Compagnie Lyonnaise des Eaux*, dirigida por um antigo secretário-geral do RPR, que é o partido de Jacques Chirac. Para a *La Cinq* entra Robert Hersant, proprietário de jornais de clara conotação de direita, como *Lê Figaro* e *France Soir*

¹⁵ Obra citada, publicada em *Ética, Cidadania e Imprensa* – Editora Mauad, 2002.

¹⁶ “ A globalização, suportada ideologicamente por um discurso ultraliberalizante e desterritorializante, vem, justamente, por em causa esse conceito de Estado-Nação.” – cf. pag. 55.

¹⁷ Numa primeira fase, a televisão privada constituiu-se como um núcleo central de grupos multimídia de dimensão nacional. A procura do lucro, - alma do comércio -, relega para segundo plano princípios como o da universalidade da difusão, privilegiando zonas urbanas de maiores índices de consumo, e explica a tendência para a otimização do binômio audiência/custo do programa, subalternizando critérios de qualidade. Na segunda fase, aparecem as associações de grupos multimídia e de grandes empresas de telecomunicação, reunindo conteúdos midiáticos e tecnologias avançadas. Finalmente, este processo evolutivo da televisão privada, está culminando com a completa internacionalização dos capitais investidos e com a total diluição dos tradicionais grupos multimídia. Surgem, ao lado dos grupos multimídia, em verdadeira simbiose, sociedades que se destinam ao turismo, à especulação imobiliária, à comercialização de produtos alimentares, à especulação financeira.

Os *novos pobres*, totalmente incapazes de mudar de situação por seus próprios meios, excluídos do mercado de trabalho, excluídos da formação profissional, sem habitação, sem assistência familiar, totalmente desinseridos, têm multiplicado os processos de auto-afirmação, desenvolvendo o populismo de direita, como forma de contestação dos mecanismos democráticos, por via do qual eles se constituíram.¹⁸

V – A função da mídia:

No contexto do *mundo globalizado*¹⁹, qual o papel da mídia?

Onde o valor da palavra?

A estas perguntas, outras indagações se impõem em tempos de globalização.

Existe alguma atividade intrinsecamente mais globalizadora do que o comércio?²⁰

Existe uma ideologia mais indiferente ao destino das nações do que o capitalismo?²¹

Existe desafio mais audacioso às fronteiras que o mercado?²²

Neste plano, à mídia cabe uma dupla função. A de criação e homogeneização de necessidades, de modo a facilitar o escoamento de novos produtos²³ e, uma função de relevância, que talvez esteja sendo

¹⁸ A globalização, gradualmente, vai instituindo a denominada “cultura global”, que visa converter o capitalismo num estado natural da sociedade. A idéia do Estado social de direito, único responsável pela resolução dos problemas decorrentes da *igualdade jurídica*, - pregada no pórtico de quase todas as constituições dos estados democráticos de direito -, se contrapõe a *desigualdade real*, claramente perceptível nos grupos dos *novos pobres*.

¹⁹ Em estudo denominado *O Globalismo como neobarbárie*, Muniz Sodré – escritor e professor da Escola de Comunicação da Universidade Federal Fluminense -, ressaltou que “ *O sentido de uma palavra como “globalização” ou o comportamento de um ator social em face desse sentido podem variar de um indivíduo para outro, de uma região do mundo para outra, ou mesmo de um curto período de tempo para outro*” E exemplificou, dizendo que no seu primeiro mandato presidencial, Fernando Henrique Cardoso costumava saudar a globalização como um “novo renascimento”, no entanto, no segundo mandato, já havia esquecido aquela saudação e passou a repetidamente enfatizar as distorções do processo de globalização. Assim, a significação da palavra, que antes era utilizada na forma universalmente triunfalista, como força aglutinadora de adesões eleitorais, passava a ser relativizada. “ *as concentrações de ativistas e os fóruns de debates internacionais tornaram evidente a obliquidade de um discurso que poderíamos chamar de “globalista”.*” (Editora Record – Rio de Janeiro/São Paulo, 2003)

²⁰ São típicas as propagandas: “ *O planeta Reebok não tem fronteiras*”, é o lema da campanha do fabricante de calçados esportivos.

²¹ As galerias comerciais, as praças públicas privatizadas, os bairros sem vizinhos, são as novas igrejas da civilização ocidental. A cultura foi reduzida ao estado de mercadoria. O *look* se transforma em ideologia. Cria-se uma nova sensibilidade planetária, veiculada por *logos, stars, canções, marcas e jingles*.

²² Na Europa, na Ásia e na América, os mercados já desgastaram as soberanias nacionais e deram origem a nova cultura: a cultura dos bancos internacionais, das organizações comerciais, dos *lobbies* transacionais como a Organização dos Países Exportadores de Petróleo (OPEP), dos serviços mundiais de informação (CNN e BBC) e das empresas multinacionais. São os novos soberanos de um mundo em que os Estados-nações não são mais capazes de reger sua própria economia e menos ainda de controlar os movimentos de capitais nos mercados planetários. (Cultura McWorld, Benjamin R. Barber – Editora Record – Rio de Janeiro/São Paulo, 2003)

²³ A cultura mundial americana – *a cultura McWorld* – é menos hostil que indiferente à democracia: seu objetivo é uma sociedade universal de consumo que não seria composta nem por tribos nem por cidadãos, todos maus clientes potenciais, mas

relegada a segundo plano ²⁴, a função de instituir mecanismos apaziguadores de tensões, assumindo-se como verdadeiras e poderosas **“fábricas de sonhos”**, especialmente no que diz respeito as populações marginalizadas.

José Arbex Jr., em estudo tematizado como *“Uma outra comunicação é possível”* ²⁵, fez uma interessantíssima observação sobre a segunda função da mídia, ressaltando que o *“mundo do espetáculo”* ou a *“espetacularização do mundo”*, atenua ou até abole as fronteiras entre os gêneros *“jornalismo”*, *“entretenimento”* e *“publicidade”*.

Assim, produzem telejornais que adotam a linguagem de telenovelas e de peças publicitárias; veiculam novelas que fingem ser *“documentários”* ou *“reportagens”* sobre comunidades culturais e movimentos sociais (como o Islã e o MST), e sobre problemas do mundo contemporâneo (como o uso de drogas e o narcotráfico).

Com estes expedientes, a mídia, - com enorme destaque para a televisão ²⁶-, abre imensas possibilidades de manipulação do imaginário, principalmente em países pobres como o Brasil, onde a sociedade civil, - extremamente fragilizada pelos grandes fossos de pobreza, exposta às relações promíscuas entre as poderosas corporações e o Estado, sofrendo as terríveis conseqüências de um elevado índice de analfabetismo funcional, desprovido de tradição democrática -, é alvo fácil de manipulação pela mídia.²⁷

Não raro, temos assistido na televisão a propagação da violência, vez que as notícias de fatos, com o pretexto de informar, servem a

somente por essa nova raça de homens e mulheres que são os consumidores. A nova cultura globalizante expulsa do jogo não apenas aqueles que a criticam de um ponto de vista reacionário, mas igualmente os seus concorrentes democráticos, que sonham com uma sociedade civil internacional constituída de cidadãos livres oriundos das mais variadas culturas.” –idem, idem.

²⁴ A concorrência cega e a obsessão pelo audímetro têm provocado efeitos de *mimetismo* entre cadeias de televisão pública e cadeias de televisão privadas, ao ponto de ser praticamente impossível distinguir o conteúdo de umas e de outras.

²⁵ “ Por uma outra comunicação – Mídia, mundialização cultural e poder”, organizado por Dênis de Moraes – Editora Record, Rio de Janeiro/São Paulo, 2003.

²⁶ As estatísticas relatam uma grande diferença em números de equipamentos no mundo: os Estados Unidos têm 805 televisores para cada mil pessoas; a França 589. a Argélia, no entanto, conta com 89 e as Filipinas, com 49. Na região mais pobre do mundo, a África subsaariana, há 33 e, dentro dela, na Etiópia, 4,4.

Em telefones, a maior quantidade de linhas telefônicas corresponde ao nível de desenvolvimento no Norte “Ocidental”. A Suécia encabeça a lista com 681 telefones para cada mil habitantes, seguida pelos Estados Unidos (626) e Suíça (613). Diante disso, há vários países que não chegam a dez telefones para cada mil habitantes, como o Nepal e Bangladesh, ou apenas superam esta cifra, como acontece na Índia, que conta com 13 linhas telefônicas para cada mil habitantes.

Com relação à Internet, 88% dos seus usuários vivem em países industrializados e representam 15% da população mundial. O sul da Ásia, com 20% da população mundial, representa menos de 1% da população global da Internet. Enquanto isso, a África, onde moram 739 milhões de pessoas, conta com apenas 14 milhões de linhas telefônicas – ou seja, aproximadamente duas linhas para cada cem habitantes – e um milhão de usuários de Internet.” (“ O contexto do público”- Aníbal Ford, professor da Universidade de Buenos Aires e autor de *La Marca de la bestia: identificación, desigualdades y infoentretenimiento en la sociedad contemporânea.*)

²⁷ “ Daí decorre que a luta contra o monopólio da comunicação é vital à democracia, ainda mais em países como o Brasil.” (Uma outra comunicação é possível – e necessária. – José Arbex Jr – obra citada).

grupos econômicos privados em promíscua relação com os poderes políticos.

Assiste-se, por exemplo, no Rio de Janeiro, a repetida afirmação de que a violência em determinadas favelas, que vem assustadoramente se propagando por toda a cidade, é fruto da ação de *indivíduos malvados*, de narcotraficantes, de gangues de malfeitores.

Não se explica, no entanto, que estas ações ocorrem num quadro de desemprego estrutural, que destrói a vida de milhões de jovens, privando-os de utopias e sonhos, que vivem em locais onde não há escolas, hospitais, pronto-socorros, água e esgoto, áreas de lazer, etc.

Com esta visão distorcida da realidade, que mascara a falência do Estado-Nação, a violência é apresentada como uma “*força da natureza*”, quiçá decorrente de razões raciais ou genéticas.

Para fortalecer o imaginário popular, os atores das ações violentas são sempre *negros* ou *mulatos* e, este dado racial é valorizado nas imagens e ressaltado nas palavras, reforçando o racismo²⁸, já que a mídia nunca diz que os negros e os mulatos não são *naturalmente* violentos.

Cegos pelo lucro fácil, os *donos* do monopólio pressionam o governo e os políticos no sentido de impedir, desestimular ou proibir a formação de rádios comunitárias e de outros meios de comunicação alternativos e independentes do grande capital.²⁹

VI – Tempo de remate:

Em tempo de remate, numa reflexão sobre os temas até aqui abordados e que contaram com a fecunda contribuição dos autores citados, conclui-se, com certa facilidade, que a televisão da atualidade, como um dos braços da mídia monopolizada³⁰ não é a representante que se esperava da suposta “*liberdade de informação*”

²⁸ Estatísticas do IBGE demonstram que há uma coincidência total entre os mapas de áreas brasileiras mais miseráveis e aquelas mais densamente habitadas por negros. Assim, os negros não são violentos por serem negros, mas por serem vítimas *preferenciais* da discriminação social e racial.

²⁹ Exemplo marcante foi a batalha para regulamentar a existência de rádios comunitárias no Brasil, tratadas pela mídia como *piratas*. A multiplicação de rádios livres, que atualmente, acredita-se que cheguem a 30 mil em todo o território brasileiro, levou o Congresso a criar uma lei para regulamentação do setor. A Lei n. 9.612, de 19 de fevereiro de 1998. Infelizmente a vitória dos grupos comunitários foi efêmera e parcial. A Lei, talvez pela forte pressão dos grupos de poder, está repleta de problemas de difícil solução. Conhecidos grupos de comunicação conseguiram, através de seus titeres no Congresso, impor uma série de restrições técnicas e burocráticas ao serviço de radiodifusão comunitária. Há, no momento, cerca de cinco mil pedidos de regularização na fila. As concessões são dadas em ritmo deliberadamente lento. As rádios comunitárias não podem funcionar sem autorização, sob pena de ter apreendido o seu material e, como é lógico, não têm dinheiro para contratar um advogado.

³⁰ Discorrendo sobre a monopolização privada dos meios de comunicação, Noam Chomsky relatou que “ Na década de 1920 surgiu o primeiro meio importante de comunicação de massa, desde a imprensa – o rádio. Está claro que o rádio é um recurso

É de **Noam Chomsky**, citando *Adam Smith* a inconfundível manifestação:³¹

"Gostaria de ver uma tendência para a igualdade. Não só a igualdade de oportunidades, mas a verdadeira igualdade - a capacidade, em todas as fases da existência, de acessar a informação e tomar decisões com base nessa informação. Assim, um sistema de comunicação social verdadeiramente democrático envolveria a participação do povo em larga escala, refletindo tanto os interesses públicos como valores autênticos: a verdade, a integridade, a descoberta."

Também este é o nosso sonho, a nossa utopia.

A força da palavra como meio de informação, de esclarecimento, de formação da cidadania, de anti-racismo, de inclusão, não pode ser menosprezada pela televisão.

Seu uso não pode ser como nas palavras de Iago, um mero instrumento de destruição.

A *fábrica de sonhos* pode fabricar sonhos para serem vividos num mundo melhor, num mundo sem fossos, num mundo de sonhos realizáveis.

A falência do Estado-Nação é a crise de um modelo de Estado, mas não é a falência do Estado.

Sonho com uma televisão despreocupada das audiências. Sem a necessidade de responder ao audímetro.

limitado, porque funciona em uma banda fixa de transmissão. Ninguém tinha dúvida de que o governo precisaria regulamentar a rádio-transmissão. A dúvida era a forma que assumiria essa regulamentação.

"O governo podia optar pelo rádio de caráter público, com a participação popular: uma abordagem que seria tão democrática quanto a sociedade que a escolhesse. Na União Soviética o rádio seria totalitário, mas no Canadá e na Inglaterra, por exemplo, seria parcialmente democrático (na medida em que essas sociedades são democráticas).

"O debate foi conduzido em todo o mundo – pelo menos nas sociedades mais ricas, que podiam escolher. Quase todos os países (é possível que todos eles: não poderia citar uma exceção) optaram pelo rádio entendido como um serviço público, mas os Estados Unidos preferiram entregar o rádio ao setor privado. Não era um critério exclusivo, já que eram permitidas pequenas estações transmissoras, por exemplo de universidades, cobrindo alguns quarteirões. Virtualmente, toda a rádio-transmissão foi entregue ao setor privado. (...)

O mais marcante foi a vitória ideológica desse setor (o autor se refere ao setor empresarial), ao explicar que a entrega da rádio a particulares representava uma opção democrática, porque assegurava às pessoas opções no mercado. Naturalmente, este é um conceito muito estranho de democracia, porque o poder dos indivíduos dependia dos seus recursos, e as suas escolhas estavam limitadas às opções muito estruturadas, propostas por um sistema de concentração real do poder. No entanto, o esquema foi aceito amplamente como uma solução democrática, até mesmo pelos liberais. Entre os meados e o fim da década de 1930 a questão estava essencialmente decidida.

"Uma década mais tarde, quando surgiu a televisão, houve nova luta, pelo menos no resto do mundo. Os Estados Unidos foram uma exceção; a tevê foi totalmente comercializada, sem qualquer oposição. E outra vez, na maioria dos países, talvez mesmo na totalidade deles, a televisão foi entregue ao setor público." - "Segredos, Mentiras e Democracia" - Editora UNB – Brasília.

³¹ Obra e autor supracitados.

Sonho com a televisão do público, televisão em que a força da palavra a torne tão indispensável como são as estradas, as escolas, os hospitais.

Impossível esquecer que, *se por um lado há pessoas capazes de vestir calças, calçados e camisas semelhantes, de usar o mesmo tipo de eletrônicos, relógios e perfumes, etc – consumindo o comum – chegando até a repetir gestos, atitudes e reações pelo mundo afora, por outro há aqueles que buscam, no interior do processo mundializante, o resgate de específicos e diferentes costumes, valores e até produtos de consumo que são específicos, diferentes.*”

A palavra televisiva pode ser o principal instrumento de uma nova era, a era da humanidade, que finalmente se instaurou neste século que engatinha.

A força da palavra televisiva, aliada à força da imagem, pode e deve ser a força do público, contra os grandes e tenebrosos fossos de discriminação.

Oxalá os grupos operadores da mídia descubram a força das suas palavras, *para denunciar nos ouvidos dos excluídos !*

*Trabalho realizado pela desembargadora **Leticia de Faria Sardas**, do Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro, na cadeira de Direito de Audiovisual e da Comunicação Social, ministrada pelo Doutor Rui Assis Ferreira, no Curso de Pós-Graduação em Direito da Comunicação, do Instituto Jurídico da Comunicação da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra, Portugal, em junho de 2003.*

Texto disponibilizado no Banco do Conhecimento em 17 de julho de 2008.