

Direito de livre expressão e direito social à informação na era digital*



Eugênio Bucci

Doutor em Ciências da Comunicação (ECA-USP)

Professor da ECA-USP

E-mail: eugeniobucci@uol.com.br

Resumo: O artigo procura aprofundar o tema da liberdade de expressão e do direito à informação, tal como concebidos na democracia que se estabelece a partir da idéia de que todo o poder emana do povo e em seu nome é exercido, nos marcos da comunicação contemporânea postos pelas novas tecnologias e pelas redes interconectadas. A liberdade de expressão e o direito à informação de fato se expandem na era digital? Em que termos? Há novos constrangimentos para esses direitos fundamentais? Quais os desafios?

Palavras-chave: espaço público, liberdade de expressão, direito à informação, era digital.

Derecho de libre expresión y derecho social a la información en la era digital

Resumen: El artículo busca profundizar el tema de la libertad de expresión y del derecho a la información, tal como concebido en la democracia que se establece a partir de la idea de que todo el poder emana del pueblo y en su nombre se ejerce, en los marcos de la comunicación contemporánea puestos por las nuevas tecnologías y por las redes interconectadas. ¿La libertad de expresión y el derecho a la información de hecho se expanden en la era digital? ¿En qué términos? ¿Hay nuevos constrangimientos para esos derechos fundamentales? ¿Cuáles los desafíos?

Palabras clave: espacio público, libertad de expresión, derecho a la información, era digital.

Freedom of speech and right to information in the digital age

Abstract: The purpose of the present article is to thoroughly discuss within contemporary communication – with new technology and interconnected networks – the freedom of speech and the right to information. Those are based on the democratic idea that the power emerges from the people and stands for them. Do freedom of speech and the right to information in fact expand in the digital era? In which ways? Are there new constraints to those fundamental rights? What are the new challenges?

Key words: public sphere, freedom of speech, right to information, digital age.

A liberdade de expressão e sua contraparte, o direito à informação, constituem um dos alicerces do conceito de democracia. Esta, baseada no fundamento de que todo o poder emana do povo, pressupõe que os cidadãos estejam aptos a compreender, debater e questionar os atos de governo e os temas de interesse público. Conseqüentemente, exige deles a capacidade plena de delegar, fiscalizar ou exercer o poder. Por isso, o livre trânsito das idéias e das opiniões, que se complementa na educação universal, acessível a todos, realiza materialmente a democracia: é pré-condição material para a vigência do regime democrático.

Democracia e direito à informação são irmãos gêmeos. Não por acaso, está escrito no artigo 11 da Declaração de Direitos do Homem e do Cidadão, lançada em 26 de agosto de 1789, na França: “A livre comunicação das idéias e das opiniões é um dos mais preciosos direitos do homem”. A Declaração Universal dos Direitos Humanos, de dezembro de 1948, afirmará, em seu artigo 19, o mesmo

* Com pequenas modificações – efetuadas para fins de clareza e precisão –, o presente artigo reproduz a prova escrita (prova prática) realizada pelo autor durante o concurso para professor doutor do Departamento de Jornalismo da Escola de Comunicações e Artes, no dia 13 de maio de 2008.

valor.¹ No Brasil, a Constituição Federal promulgada em 1988 afirma, em incisos de seu artigo quinto e também no artigo 220,² o direito inalienável dos cidadãos de comunicar-se livremente, estabelecendo vetos explícitos a qualquer forma de censura.

Nada mais lógico. Se os homens e mulheres não tiverem acesso às informações sobre os seus próprios direitos e sobre a gestão da coisa pública, não estarão aptos a delegar o poder e, sem isso, a democracia se reduzirá a um teatro vazio, desprovido de vida própria.

Quem promove o livre trânsito das idéias, das informações e das opiniões é a instituição da imprensa. Inescapavelmente. Consolidando-se como um campo independente do governo, enraizada na sociedade, só ela reúne os requisitos para, fazendo fluir a informação e a opinião, jogar sobre o poder um olhar crítico, essencialmente fiscalizador. Vem daí a premissa correta segundo a qual não há democracia onde não há plena liberdade de imprensa.

Eis a razão pela qual não se pode ter imprensa sob supervisão do governo. Onde há ingerência, direta ou indireta, de autoridades governamentais sobre a função de informar a sociedade, de estabelecer diálogos críticos, de mediar o debate público, de fazer fluir informações e opiniões, de publicar notícias sobre os temas de interesse público, não há plena vigência da liberdade de imprensa. Embora, no Brasil, muitos ainda não tenham compreendido e assimilado essa idéia elementar, o governo não tem mandato para mediar o debate público. Isso deve estar a cargo da sociedade, não do poder político. Alguns alegam que, tendo recebido votos da maioria dos eleitores, um governante teria o direito de se fazer representar, por exemplo,

nos conselhos curadores ou executivos de instituições de comunicação pública. Trata-se de um engano. O governante recebe mandato para governar, não para tutelar o debate na sociedade. Os votos que a ele foram confiados não o autorizam a ter privilégios na condução do jornalismo, seja esse jornalismo aquele praticado em empresas públicas, seja ele o de instituições comerciais. Vai bem o governante que não se arvora a tutelar o que diz ou o que deixa de dizer a instituição da imprensa. Vai melhor aquele que, no alcance de suas atribuições, age para proteger a imprensa contra os que direta ou indiretamente agem para estrangê-la.

Sabemos todos que a imprensa – uma instituição social, repita-se, que se fortalece à medida que exerce sua independência em relação ao governo e, de modo mais amplo, em relação ao próprio Estado – modificou-se com o tempo. Somente a partir do século XIX, ela conseguiu firmar-se como um negócio autônomo (Miège, 1995:163-175). Desde então, cresceu. O aparecimento do telégrafo, da indústria gráfica e das ferrovias de alta velocidade reforçou o negócio dos jornais impressos, cujas tiragens foram multiplicadas. Os custos unitários caíram – para o que contribuiu a vinda dos anúncios publicitários. A distribuição dos exemplares – pelas malhas ferroviárias – atingiu regiões mais longínquas, o que ajudou na própria demarcação dos espaços públicos nacionais. A democracia de um país passou a ter o tamanho geográfico da circulação de seus jornais.

A partir do século XX, a invenção dos meios de comunicação de massa – o rádio e, depois, a televisão – modificou a fisionomia do espaço público. Modificou mesmo a sua estrutura. No dizer de Jürgen Habermas: “Em comparação com a imprensa da era liberal, os meios de comunicação de massa alcançaram, por um lado, uma extensão e uma eficácia incomparavelmente superiores e, com isso, a própria esfera pública se expandiu.” (1984:221). O que teve conseqüências. O que era um diálogo restrito ao público minimamente letrado, mas ainda assim um diálogo, assumiu a natureza de entretenimento

¹ Eis a íntegra do artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos, adotada e proclamada pela resolução 217 A (III) da Assembléia Geral das Nações Unidas, de 10 de dezembro de 1948: “Toda pessoa tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e idéias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras”.

² No caput e no parágrafo 1º, também o Art. 5º da Constituição da República Federativa do Brasil assegura esse direito em seus incisos IV, IX e XIV.

desvinculado da função pública de informar e formar cidadãos. O público se converteu em massa. Surgiu, aí, um paradoxo essencial para que possamos, logo mais, compreender algumas das contradições postas no âmbito da democracia e, portanto, do exercício da liberdade de expressão e do direito à informação na era digital.

O público não-público

Esse paradoxo deve ser examinado. Ele mostra que tanto o direito à informação como a liberdade de expressão não se resolvem no plano declaratório. Não basta que estejam escritos na lei, como garantias – embora sua inscrição no direito positivo seja indispensável. Ambos os valores requerem sua tradução prática no âmbito da política e no âmbito da economia. Eles são, portanto, mais do que garantias formais. Só existem se existirem materialmente, na vida real.

Falemos um pouco mais sobre esse paradoxo. Ele reside, precisamente, no fato de que a esfera pública se expande, mas, ao mesmo tempo, vai se perdendo de seu caráter público. No dizer de vários autores, a esfera pública se deixará “colonizar” pelo capital.³ Conseqüentemente, ela se afastará da missão de promover a comunicação de natureza pública – não comercial – entre os cidadãos. De modo claro, o que se manifesta, a partir disso, é a possibilidade de que o direito à informação e a liberdade de expressão deixem de ocupar o centro da atividade da comunicação social. É nesse sentido que o risco da chamada “colonização” pode comprometer a própria democracia.

Em parte, pelo menos na Europa, essa tendência será atenuada pela criação dos meios públicos – não-comerciais – de comunicação. Redes de TV e de rádios sem fins lucrativos, estabelecidos como entidades não-estatais, cuja gestão é entregue a conselhos representantes da sociedade, financiadas não

pelo mercado, mas por mecanismos públicos, passam a ser incumbidas de assegurar espaços públicos relativamente protegidos da “colonização”. Apenas relativamente, é verdade. De todo modo, a diversidade de vozes e a função eminentemente pública da comunicação, voltada para fortalecer os processos democráticos e a formação dos cidadãos, vêem-se minimamente asseguradas.

Independência dos veículos frente ao governo e vigência de regras públicas são essenciais à garantia da liberdade de expressão e do direito à informação

Nos Estados Unidos, cuja matriz para a radiodifusão foi sempre de natureza privada, a criação da FCC (a Comissão Federal de Comunicação, agência reguladora para o setor) pelo Senado, antes ainda da metade do século XX, garantiu regras públicas para a regulação de toda a área de comunicação. Essas regras públicas impuseram limites práticos ao monopólio e ao oligopólio. Assim, para citarmos apenas um exemplo do que vêm a ser esses limites práticos, a propriedade cruzada dos meios de comunicação – o controle, por uma única empresa, do maior jornal impresso, da maior emissora de TV e da maior emissora de rádio numa mesma região – passou a sofrer restrições. A agência reguladora americana passou a atuar para que o espaço público fosse um ambiente em que se cultivasse ativamente a diversidade e a pluralidade, por meio de um regime de concorrência comercial equilibrada.

A experiência do século XX, tanto na Europa, onde a comunicação pública prevaleceu por várias décadas, como nos Estados Unidos, onde regras públicas foram capazes de regular o mercado, demonstra que a liberdade de expressão e o direito à informação requerem, de

³ Usa-se também o termo “vassalizar”. Ver, por exemplo, HABERMAS, ‘L’espace public’ 30 ans après. Paris: Quaterni, n° 18, 1992, p. 173.

um lado, a independência dos veículos frente ao governo e ao Estado, e, de outro lado, a vigência de regras públicas que impeçam distorções capazes de inibir a liberdade ou de obstruir o exercício do direito à informação.

O mercado da comunicação cresce exponencialmente, enquanto o número de “players” diminui. A escala cresce e a concentração aumenta



Uma breve retrospectiva mostra que o velho paradoxo – um espaço público que se expande e, ao mesmo tempo, deixa paulatinamente de ser público para se converter em ente de mercado – nunca foi superado definitivamente. Ao contrário, ele se arrastou ao longo do século XX sem se resolver. Conheceu idas e vindas, avanços e recuos. À luz desse paradoxo, nota-se que a tensão entre mercado e democracia persiste. Mais do que persiste: ganha outra magnitude.

Diversidade e concentração

Em fins do século XX, inovações tecnológicas permitiram a decantada “convergência dos meios”, de modo que os campos antes separados, como a radiodifusão e aquele demarcado pelos veículos impressos, começam a se fundir. O próprio negócio do entretenimento, que até a primeira metade do século XX não se confundia com o negócio da imprensa, cresce em ritmo acelerado e inicia um movimento de absorção dos veículos jornalísticos. Isso pôde ser facilmente comprovado a partir dos anos 1980 e 1990 pela torrente de fusões na área das comunicações no mundo todo. As fronteiras começam a desaparecer não apenas entre os diferentes suportes – rádio, televisão, meios impressos e assim por diante –, como também se esfu-

maçam entre negócios antes desvinculados, como a indústria fonográfica, o cinema, o mercado editorial. No centro desse novo furacão, encontramos a internet e as tecnologias digitais da comunicação.

A partir disso, os paradigmas jurídicos que vigiavam a concentração de audiência ou mesmo a propriedade cruzada ingressam em uma nova indefinição. Os limites anteriores, em vários países, começam a ser, para usar o termo, “flexibilizados”. Os marcos regulatórios das comunicações, cuja função era proteger a diversidade de vozes e a saúde do regime concorrencial, passam a demandar renovações e mudanças as mais diversas.

A realidade do mercado se move mais rapidamente que os marcos regulatórios. Os monopólios e oligopólios ganham novas dimensões. O mercado da comunicação cresce exponencialmente, enquanto o número de “players” diminui. A escala cresce e a concentração aumenta.

O movimento, contudo, é essencialmente contraditório. Não se pode dizer que a era digital seja uma era de concentração dos meios. Isso é apenas uma parte da novidade. A outra parte é aparentemente libertária, pois fica no ar a sensação de que a era digital permitiu a milhões de novos emissores um ingresso privilegiado no espaço público: hoje, qualquer pessoa com acesso a um computador conectado à internet, pode pôr no ar o seu “recado”, ou mesmo seu blog, seu podcast, seu site. A verdade, porém, não é nem uma coisa nem outra. A verdade, nesse caso, é ambivalente.

Um debate atual sobre o tema da liberdade de expressão e do direito social à informação deve obrigatoriamente passar por aí. Há concentração e, simultaneamente, há mais comunicação entre as pessoas. Num tempo que tem gerado os maiores conglomerados de mídia, que tem produzido corporações de dimensões que seriam impensáveis há trinta ou quarenta anos, a internet produz alterações profundas no modo como os cidadãos se comunicam. Tem razão Yochai Benkler quando identifica, aí, a emergência de relações muito mais cooperativas para a produ-

ção de conteúdos. Enquanto Manuel Castells fala em vínculos solidários, não competitivos (Castells, 2003:7), Benkler aponta o nascimento de um outro modo de produção, não-hierárquico, não-comercial e não-corporativo, entre pares que se associam livremente (Benkler, 2006) para criar discursos ou softwares livremente.⁴ Para alguns, mais otimistas, o que vem por aí é uma nova utopia.

Com efeito, o número das pessoas com acesso à internet vem crescendo vertiginosamente – conforme, aliás, indicavam as previsões. Segundo vários levantamentos, entre eles o relatório de 2008 (relativo a 2007) do *State of the News Media*, cerca de oito em cada dez americanos usam a internet.⁵ No Brasil, segundo o ibope NetRating, menos de 10 milhões de pessoas tinham acesso residencial à internet em 2001. Em março de 2008, esse número girava em torno dos 35 milhões. Levantamentos do Comitê Gestor da Internet no Brasil (TIC Domicílios 2007) revelam que, entre 2006 e 2007, a presença de computadores em lares de renda familiar entre 3 e 5 salários mínimos teve um acréscimo da ordem de 40%. De acordo com o Ibope, o número de horas mensais que os internautas brasileiros dedicam à net gira em torno de 24, o que coloca o Brasil acima de países como França e Estados Unidos.

Essa imensidão de gente, essa multidão que se avoluma com tanta velocidade, imprime à comunicação uma outra dinâmica. É efetivamente verdadeira a proposição de que, com as novas tecnologias ao alcance de tantos milhões de usuários, qualquer um pode se tornar um emissor. Mark Briggs, em *Jornalismo 2.0*,⁶ ensina como qualquer um que saiba copiar e colar um texto no computador está habilitado a pôr um blog no ar. O acesso de milhões à condição de emissor é para valer. O que antes se dizia, com um certo des-

dém, sobre a liberdade de imprensa – “esse negócio de liberdade de imprensa é no fundo liberdade de empresa” – vai deixando de ser verdade, se é que já foi verdade algum dia. Hoje, não é preciso ser dono de uma empresa para se pôr no ar um veículo de informação. Basta, de fato, um computador conectado à internet. Os efeitos dessa nova possibilidade são irrefutáveis. Jovens músicos viram astros da noite para o dia graças ao YouTube. Manifestações de rua são organizadas e convocadas por meio de torpedos no telefone celular. Derrubam-se governos com as novas tecnologias. Diante disso, vale perguntar: então, agora a liberdade de expressão e o direito à informação se converteram em conquistas definitivas, longe de qualquer ameaça? A resposta mais adequada seria: não exatamente.

Do velho paradoxo aos novos desafios

Recorrendo outra vez ao que se pode ler no *State of the News Media*, vê-se ali que a concentração de audiência nos líderes de mercado jornalístico é maior nos sites do que nos jornais impressos americanos. Em outras palavras, os dez maiores jornais impressos concentram menos leitores, em termos relativos, do que os dez maiores sites noticiosos. E, na internet, quem lidera o negócio de informação online são as marcas tradicionais das velhas mídias: cadeias de TV e grandes jornais, como o *The New York Times*, que figura em quinto lugar em unique visitors por mês na tabela da Nielsen (disponível no *The State of the News Media*).

De um lado, há, sim, mais diversidade potencial de vozes, pois se tornou possível ter um lugar no espaço público sem que seja necessário trabalhar com grandes audiências. Teorias como a da cauda longa (do livro de Chris Anderson, editor-chefe da revista *Wired*), ajudam na visualização desse fenômeno. O mundo virtual conseguiria ter mais oferta que o mundo físico – uma loja virtual de livros, obviamente pode oferecer mais títulos que uma loja física, pois não precisa arcar com os custos de estoque. Assim, é possível a qualquer um ter um lugar na Babel eletrônica sem

⁴ Disponível em http://www.benkler.org/Benkler_Wealth_Of_Networks.pdf (p. 6 e 355)

⁵ Disponível em <http://www.stateofthenewsmedia.org/2008/>.

⁶ Traduzido para o português por Carlos Castilho, disponível no site do Knight Center. <http://jornalismoembytes.blogspot.com/2008/05/jornalismo-20-de-mark-briggs.html>. Ou: http://knightcenter.utexas.edu/Jornalismo_20.pdf.

a obrigação de disputar a liderança. Por outro lado não é exatamente verdade que a multiplicidade – virtualmente infinita – de novos emissores esteja modificando para sempre a estrutura dos grandes grupos econômicos. O capital, por vezes, muda de mão, mas não vem deixando de ser capital. Sua tendência de concentração não foi revertida. Ao contrário: há, hoje, no mundo das comunicações, mais concentração de capital.

Voltemos então ao paradoxo que foi destacado no início deste artigo, aquele que nos foi legado pelos meios de massa: ao mesmo tempo em que expandiram, eles “desnaturaram” a esfera pública em esfera não-pública. Poderíamos dizer, agora, que a era digital promoveu uma verdadeira explosão no número de interlocutores e, ao mesmo tempo, promoveu uma concentração sem precedentes do negócio da comunicação. A expressão “sem precedentes” não é mera retórica: é fato. O velho paradoxo mudou de escala sem desaparecer.

O espaço público ainda é majoritariamente mediado pela ação dos grandes conglomerados de mídia, a despeito da presença das comunicações de pequenos grupos, pequenos blogs, pela troca de mensagens. Os conglomerados absorvem a nova onda dos produtores de conteúdo anônimos, pulverizados, aos milhões, desenvolvendo eles mesmos sistemas de comunicação horizontal – voltados para o mercado, mais do que para a cidadania. De outro lado, as novas práticas comunicacionais propiciadas pela internet põem em questão a natureza excessivamente centralizada, corporativa e hierarquizada do Estado. Com isso, forçam arejamentos na própria democracia.

Se ainda não se pode afirmar com segurança que o espaço público deixou ou tende a deixar de ser mediado por ações comunicacionais que passam pela instância dos grandes conglomerados, também não se pode dizer que a liberdade e o direito à informação não tenham novos horizontes históricos para avançar. As mesmas novas tecnologias que permitiram novo fôlego aos conglomerados do centro da mediação, põem em cena novos emissores e ampliam as redes de comunicação horizontal, sem fins comerciais.

Nesse sentido, talvez seja mais correto afirmar que o florescimento e o crescimento da internet – como já foi dito, o centro nervoso da era digital – altera profundamente uma outra categoria habermasiana: o mundo da vida. Aí, sim, há uma ebulição que modifica e revoga as práticas do passado. Já no âmbito do espaço público propriamente dito, o velho negócio das velhas mídias logrou se renovar e segue predominante, menos porque sobrevivem na condição de velhos suportes – posto que se renovam tecnologicamente em velocidade ainda maior – e mais porque revivem como estruturas de capital.

● A democracia e seus direitos

Nesse novo ambiente, o zelo democrático pela liberdade de expressão e pelo direito social à informação passa por proteger o que hoje se chama de gargalos das redes de informação contra a potencial captura econômica que os espreita. Em termos mais simples, haverá tanto mais liberdade de expressão na era digital quanto menos os critérios econômicos – privados e comerciais – prevalecerem, na forma de controles hierarquizados, sobre o trânsito de conteúdos e a confecção de softwares. O lugar do mercado não pode ser conspurcado pela ação estatal, sem dúvida, mas ele não pode ser entendido como o *único* critério para o trânsito dos conteúdos – pois nem todos os conteúdos são comerciais ou comercializáveis. Onde isso ocorrer, poderá haver ameaças às liberdades individuais e ao direito à informação em particular, assim como os monopólios estatais constituem ameaças.

Por aí passará, em grande parte, o feixe das novas contradições – e o debate em torno de sua superação.

Do ponto de vista dos grandes conglomerados, o tema do direito à informação e do direito à livre expressão passará, no futuro próximo, pela discussão democrática, em âmbito internacional, de marcos regulatórios para um negócio que, de um modo ou de outro, já se internacionalizou irreversivelmente. Já há ensaios meritórios na direção de interna-

cionalizar esse debate público. Assim como o meio ambiente se tornou um tema da agenda internacional, também a comunicação social se beneficiará dessas novas instâncias.

Na oposição, ainda válida, entre a expansão e a descaracterização da esfera pública (ou dos múltiplos espaços públicos), o acesso dos

cidadãos à tecnologia pode fazer dela uma força a serviço da democracia – e, portanto, do direito à informação e da liberdade de expressão – mais do que uma mera expansão da economia. Sem isso, o ambiente democrático correrá o risco de se reduzir a um teatro. Desta vez, porém, um teatro digital.

Referências

- ANDERSON, Chris. *A cauda longa*. Campos: Elsevier, 2006.
- BENKLER, Yochai. *The wealth of networks*. New Heaven: Yale University Press, 2006.
- BRIGGS, Mark. Jornalismo 2.0. <http://jornalismoembytes.blogspot.com/2008/05/jornalismo-20-de-mark-briggs.html>. ou: http://knightcenter.utexas.edu/Jornalismo_20.pdf.
- CASTELLS, Manuel. *A galáxia da internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- GILLMOR, Dan. *We, the media: grassroots journalism, by the people, for the people*. Cambridge: O'reilly, 2006.
- HABERMAS, J. *L'espace public' 30 ans après*. Paris: Quaderni, nº 18, 1992, p. 173 e 184.
- HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- KOVACH, Bill. ROSENSTIEL, Tom. *The elements of journalism*. New York: Three Rivers Press (Crown Publishing Group, Random House), 2007.
- MIÈGE, Bernard. "L'espace public: perpétué, élargi et fragmenté". In: PAILLART, Isabelle (org.). *L'espace public e l'emprise de la communication*. Grenoble: Ellug, 1995, p. 163-175.
- State of the news media. <http://www.stateofthenewsmedia.com/2008/>