

SEMINÁRIO PREPARATÓRIO PARA A
CONFERÊNCIA NACIONAL DE COMUNICAÇÃO:
CONTRIBUIÇÕES DA PSICOLOGIA

MÍDIA.
QUEM
É O DONO
DESSA VOZ?

A PSICOLOGIA PODE AJUDAR A
DESVELAR ESSE MISTÉRIO.

23 A 25 DE JULHO DE 2009 | BRASÍLIA/DF



CONTROLE SOCIAL DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Marcos Ferreira*



TEXTO DE APOIO PARA DEBATE

Não há assunto na sociedade brasileira que receba mais epítetos sobre sua importância, urgência e centralidade na vida política e social do que a democratização dos meios de comunicação. Contraditoriamente, esse é um dos assuntos tratados com maior desleixo e até leviandade por parte de grande número de atores que o consideram importante. Para felicidade da nação brasileira, movimento proposto pela Federação Nacional dos Jornalistas conseguiu estabelecer outra maneira de tratar o tema da democratização. Esse modo de atuar é marcado pela seriedade e competência no trato dos diferentes temas do combate ao monopólio da informação em todos os níveis em que ele se instale.

O modo de atuar estabelecido pelo Fórum Nacional pela Democratização dos Meios de Comunicação, do qual o Conselho Federal de Psicologia faz parte, engloba também a ideia de uma urgência duradoura para esse tema. Já foi afirmado que estamos tratando de uma urgência para os próximos cinquenta anos. Trata-se de um processo lento e apenas a persistência dos atores envolvidos poderá resultar em algum tipo de modificação.

Nesse contexto é que se insere o debate sobre a possibilidade de que sejam instalados mecanismos de controle social sobre um possível sistema brasileiro de informação aos cidadãos. Ao longo de muitos anos, no Brasil, o tema do acesso à informação por parte dos cidadãos foi tratado pelo discurso oficial do aparelho de Estado, como uma questão menor, de pouca importância. Isso pode ser depreendido da forma como a comunicação social foi sempre tratada por instâncias estatais.

O acesso à informação recebeu sempre o mesmo tratamento que o acesso a cigarros, numa possível república de consumidores. Algumas características desse acesso são: a) o interessado deve assumir o ônus para garantir esse acesso (quem quer fumar é responsável por identificar o produto, comprar e pagar pelos cigarros); b) do ponto de vista pessoal, esse acesso é mediado de forma exclusiva pela avaliação que o indivíduo tenha do produto; e c) esse acesso é enquadrado como objeto de exclusivo interesse comercial na sua produção e circulação.

Esse enquadramento do modo de tratar o acesso a um bem pode ser considerado adequado quando se trata de um produto supérfluo. Mas, não parece adequado a um tema como a informação. A natureza das necessidades envolvidas é diferente: acessar cigarros é uma opção das pessoas, já o acesso à informação é uma necessidade para a formação dos cidadãos e, em algumas situações limite, chega a ser uma condição que pode garantir a sobrevivência desse cidadão.

Cigarro é algo dispensável. Informação é uma necessidade. A necessidade de acesso à informação tem maior semelhança com a necessidade de acesso à saúde ou à educação. O melhor termo de comparação parece ser com o acesso à água potável. Necessidade tão premente e cotidiana não pode ser tratada do mesmo modo como o acesso a produto cujo uso possa ser considerado alvo de elegibilidade.

Sendo possível reconhecer uma diferença entre as necessidades que exigem acesso a cigarros e acesso à informação, é possível deduzir que cada tipo de necessidade vai exigir um tipo diferenciado de organização social para acompanhar as formas de atendimento a essa necessidade. Cada tipo de necessidade vai exigir que a sociedade proceda de forma diferenciada em relação

às formas de seu atendimento. A sociedade lançará mão de maior ou menor exigência em relação à atuação do aparelho de Estado para a regulação do atendimento de cada uma das diferentes necessidades.

Se o acesso à informação corresponde a uma efetiva necessidade humana e cidadã, e se esse acesso é reconhecido como tal na sociedade ocidental contemporânea, parece justo que ocorra controle da sociedade sobre as suas fontes e modos de circulação. Não se pode admitir que o acesso à informação seja tratado como acesso a cigarros. Não se pode admitir que sua identificação, compra e pagamento seja da responsabilidade individual. Não se pode admitir que o critério de sua adequação seja a satisfação imediata e individualizada. Não se pode admitir que sua circulação seja enquadrada de forma restrita aos limites dos interesses comerciais dos atores envolvidos.

Mesmo na ideia de que os meios de comunicação sejam controlados pela lógica do consumo (defendida por quem coloca a lógica de mercado no controle sobre os meios de comunicação), esse controle não diz respeito aos cidadãos. A quase totalidade das pessoas que vivem em nossa sociedade não poderia ser considerada consumidora dos meios de comunicação. Um consumidor é alguém que escolhe o que quer (prescreve o produto que quer consumir), paga para que esse produto lhe seja entregue e avalia se esse produto corresponde ao que foi encomendado. A grande maioria dos cidadãos brasileiros não participa desse processo de delimitação dos bens culturais oferecidos pelos meios de comunicação. Somente os patrocinadores relacionam-se com os fornecedores desses bens culturais. Nós outros somos, na melhor das hipóteses, os afetados pelos meios de comunicação.

O mais impressionante é que, nessa comparação entre necessidades, pode ser percebido que corremos o risco de estar vivendo um paradoxo: corremos o risco de constatar que haja maior nível de exigência por parte do aparelho de Estado no sentido de verificar a qualidade do fumo que é produzido e que circula no Brasil, do que a exigência que é feita em relação à produção e à circulação de informação.

Desde a elaboração da Constituição Federal de 1988, alguns atores sociais no Brasil começaram a apontar a importância de que o acesso à comunicação fosse tratado desde a perspectiva de uma concepção ampla de cidadania. Não de cidadania formal (referida como a somatória de direitos e deveres), nem de cidadania vinculada ao consumo (referida como a interferência do cidadão nos temas sociais por meio de suas opções no acesso a bens de consumo), mas uma cidadania humanizada (com a possibilidade de submissão dos meios de comunicação ao desenvolvimento social, caracterizado, por exemplo, como incremento da liberdade e da democracia).

Essa relação entre circulação de informação e incremento da cidadania ganha novos contornos quando se considera que, na situação vivida no mundo contemporâneo, os meios de comunicação exercem um papel de tentativa de imposição (por vezes exitosa) de parâmetros e referências para as pessoas. Ocorre uma inibição do auto-reconhecimento da população, de sua história e das dimensões mais elementares da construção de seus modos de convivência, de explicação de seus modos de compreender a vida e das possibilidades de desenvolvimento de uma estética que seja própria do povo brasileiro.

Tal imposição visa, de forma mais evidente, a organização das subjetividades e das coletividades. Ocorre um processo de “cotidianização” (chamado por psicólogos como Ana Bock de “naturalização”) de aspectos que são alheios à vida concreta das pessoas. A inserção de quaisquer dimensões no cotidiano dos cidadãos ocorre somente quando eles podem ser assimilados como integrantes de sua organização subjetiva e deixam de ser consideradas estranhas para as pessoas. Daí a enorme relevância de que esse exame vise reconhecer como ocorre a organização das subjetividades em relação aos modos de tratar a informação que é produzida e circula no tecido social.

Um psicólogo importante já afirmou que a forma da consciência é inconsciente para as pessoas. Do ponto de vista psicológico, o controle mais forte que pode acontecer sobre a organização da subjetividade ou sobre o comportamento de um meio de comunicação resulta da sua inserção na organização da vida cotidiana. A inserção de algum mecanismo na organização do cotidiano exerce um controle silencioso. É a partir desse silêncio que esse controle ganha força. Uma parte importante do trabalho do controle social sobre os meios de comunicação refere-se à quebra dessa influência silenciosa conseguida por processos de cotidianização de dimensões alheias ao interesse social.

No caso da sociedade brasileira é fácil perceber que não somente o consumo é programado (desde as formas de habitar, se vestir e se deslocar), mas também o modo do próprio povo brasileiro se perceber sobre uma interferência brutal. Seguimos nos olhando com os olhos de outros atores. Seguimos vivendo uma história que é contada como se fora de outro povo. O povo brasileiro vive um processo de deslegitimação de suas práticas sociais, de suas perspectivas, de seus possíveis desejos. Somente é legítimo aquilo

que é processado pelos mecanismos de produção e circulação de informação.

Esse processo que torna mais difícil a legitimação de uma história própria do povo brasileiro ganha proporções significativas em um país onde tenham ocorrido diferentes processos que resultaram em enfraquecimento da força do tecido social. No caso brasileiro, onde vivemos desde uma intensa migração interna dos cidadãos (basta considerar que em duas gerações, o país passou de setenta por cento rural para setenta por cento urbano), até projetos políticos claramente voltados ao desbaratamento de lideranças e projetos culturais de caráter nacional (basta considerar o golpe militar de 64), passando pelo surgimento ou construção de mecanismos que acabaram por reduzir de maneira significativa a interação entre os cidadãos (basta computar o número de horas que as pessoas passam na frente da televisão e considerar o que elas estariam fazendo caso não houvesse essa ocupação).

Essa situação de redução da legitimidade dos atingidos pelos meios de comunicação cria profundas dificuldades para que se compreenda a fundo a necessidade de controle social sobre os meios. Surge uma falsa ideia de que nos falte uma história. Como afirma o psicólogo Marcus Vinícius de Oliveira, o que nos falta são os contadores de nossa história. Ou a possibilidade de que os possíveis contadores sejam reconhecidos e legitimados como portadores dos significados e sentidos que marcam nossa cotidianidade.

Pois a legitimação dos contadores da nossa história passa, também, pelos meios de comunicação. O acesso à informação (e aos mecanismos que tornam essa informação comum a um grupo ou a setores da sociedade) corresponde a uma necessidade que vai

muito além da preparação para alguma ação específica. Esse acesso é condição para a construção de coletividades.

Nesse sentido, a necessidade de controle sobre os mecanismos que tornam possível a generalização do acesso à informação ganha uma nova referência. Não bastaria pensarmos em mecanismos formais de controle social sobre a mídia. O formalismo de processos decisórios corre o risco de reforçar a ideia de que temos que nos comportar como outras sociedades.

O controle sobre os meios de comunicação precisa surgir como reflexo de vitalidade do tecido social, mais do que chegar à formulação de procedimentos estandardizados e outros mecanismos de decisão sobre o que vai acontecer com este ou aquele meio de comunicação. Mecanismos claramente reconhecíveis e com legitimidade social são necessários e importantes, mas não completam o processo de controle social sobre a mídia. Esse controle teria que ganhar cores de inversão do processo de imposição de padrões estéticos e valorização de modos de organização da vida das pessoas e da sociedade.

Vale reafirmar, cada necessidade social reconhecida exige algum modo específico de organização da sociedade para exercitar controle sobre o atendimento a ela. A padronização pode até apontar para canais de expressão desse controle, mas não são suficientes para permitir que a população escape das prescrições de comportamento e auto-avaliação. Pelo contrário, a própria exigência de realização de controle corre o risco de ganhar matizes de uma nova prescrição para a organização social.

Chegamos, então, à necessidade de definir uma posição sobre as propostas de organização do controle social sobre os meios de comunicação. Defendemos a tese de que será preciso ir além do formalismo de mecanismos que corram o risco de se estereotipar. Será preciso garantir a diversidade de formas de organização do controle social, segundo as características da população interessada e do meio em questão.

Claro, não haverá como deixar de lado a existência de instâncias de controle. A existência dessas consiste em exigência para a efetividade de qualquer política pública. Vamos precisar estabelecer instâncias socialmente reconhecíveis e com credibilidade. No Brasil contemporâneo, essas instâncias têm tomado a forma de conselhos, como instâncias de controle social sobre a execução de políticas públicas. Neste caso, quaisquer conselhos deverão atender à norma de participação majoritária da sociedade civil em sua concepção. Isto não significa restringir o papel do Estado nesse processo, mas apontar um norte para sua atuação como gestor e mediador desses processos.

Entretanto, mais do que se estabelecer como conselhos de controle social, será preciso que essas instâncias sejam definidas com a atribuição de produção de debate social sobre as formas adequadas de exercer controle social sobre cada tipo de meio de comunicação. Será preciso que haja abertura, garantida por lei, para uso de formas alternativas de acompanhamento do comportamento de cada meio e das diferentes dimensões percebidas pela sociedade no tema da comunicação. Por exemplo, a campanha “Quem financia a baixaria é contra a democracia” deveria ser considerada como um organismo vinculado à instância de controle social e manter suas atividades e autonomia. Outro exemplo: a instância definida deveria ter em seu regimento a abertura continuada para

mobilizações organizadas no seio da sociedade civil, mesmo que voltadas a temas pontuais no tema da comunicação.

Rejeitamos os reclames de que o controle social possa parecer um instrumento de censura. Oras, alguém toma decisões sobre o comportamento dos meios. Essas decisões são tomadas em caráter privado e sem maior obrigatoriedade de prestação de contas. Uma instância social reconhecível e credível terá maiores condições de examinar as situações vividas na relação dos meios com a circulação de informações e verificar a adequação do comportamento desses meios. Além do mais, estamos tratando de instância que vão atuar post hoc, o que não poderia jamais ser considerado censura.

Rejeitamos, também, a tese de que o controle social vá interferir na prática dos profissionais envolvidos na produção e circulação de informação e bens culturais. O controle será exercido de forma sistêmica e não sobre o comportamento de cada profissional. Do mesmo modo que no SUS não há interferência sobre o processo de diagnóstico em cada consulta realizada ou sobre a forma de prestação de serviços de qualquer um dos profissionais da área da saúde.

Na mesma linha de raciocínio, rejeitamos que o interesse precípua no processo de circulação de informação deva ser o interesse comercial dos proprietários dos meios. O caráter de necessidade social que reveste a produção e a circulação da informação obriga a que o interesse social prevaleça nesse espaço. O interesse comercial, ainda que possa ser aceito como parte do processo, não pode sobrepujar o interesse social. Muito pelo contrário, o interesse comercial precisa ser subordinado ao interesse social, o

que será também papel das instâncias de controle social garantir. Somente a sociedade tem condições de impor aos atores comerciais os interesses que sejam mais universais e menos parcelares.

*Marcos Ribeiro Ferreira - psicólogo, doutor em Psicologia Social. Foi presidente da Associação Brasileira de Ensino de Psicologia – ABEP. Participou da organização de inúmeras fontes de informação da psicologia no Brasil, incluindo a concepção e produção da Biblioteca Virtual da Psicologia, e da Biblioteca Virtual Latinoamericana de Psicologia. Compõe o Coletivo de Comunicação do Sistema Conselhos de Psicologia