

**DEBATE POLÍTICO E COMUNICAÇÃO DE MASSA - UMA ANÁLISE DO CONCEITO
DE ESFERA PÚBLICA NA IMPRENSA BRASILEIRA**

Rachel De Rosso Buzzoni¹

Resumo

A partir do conceito de esfera pública, de Jürgen Habermas, o trabalho aborda a visibilidade midiática dada pelo jornal Folha de S.Paulo para grupos impactados pela suspensão de vendas de chips imposta pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) em julho de 2012. O artigo avalia como o jornal apresentou informações e contribuições para um debate político. A análise é feita com matérias publicadas no período entre 18 de julho a 18 de agosto de 2012 - escolhidas por contemplarem o período de um mês, no qual houve a paralisação e também a liberação da venda dos chips - avaliando a visibilidade de cada público impactado. Os resultados preliminares indicam que o jornal analisado apresentou condições para gerar opinião pública, no entanto, não foi localizada a empregabilidade do conceito de esfera pública.

Palavras-chave: Esfera Pública. Debate. Comunicação. Poder regulatório. Imprensa

Introdução

No dia 23 de julho de 2012, a Agência Nacional de Telecomunicações, Anatel, proibiu a venda de chips das empresas Claro, Oi e TIM em diversos estados do país. A decisão de punir as três operadoras foi anunciada pela agência no dia 18 de julho de 2012 e passou a ser veiculada na imprensa no dia seguinte, com exclusividade para o portal Folha Online, do jornal Folha de S.Paulo. De acordo com a nota oficial divulgada pela Anatel, que tomou a medida em razão do alto índice de reclamações dos consumidores, a TIM foi a operadora mais penalizada deixando de comercializar o produto em 18 estados e no Distrito Federal, a Claro foi punida em três estados da federação (incluindo São Paulo) e a Oi, em cinco.

Em primeiro lugar, para avaliarmos as consequências deste tipo de sanção, em vigor durante onze dias (entre 23 de julho a 02 de agosto de 2012), se faz necessária a análise de como a mídia contemporânea intensifica a visibilidade da esfera pública ao mesmo tempo em

¹Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero. E-mail: rrbuzzoni@gmail.com.

que mantém níveis de debate político, proporcionando informações políticas qualificadas, que contribuem para gerar posições e opiniões políticas públicas racionalmente motivadas.

Como em qualquer jogo político, a tentativa de algumas elites administrarem a visibilidade e fazer repercutir discursos do próprio interesse dentro do ambiente midiático será uma das análises realizadas em seguida, bem como a defesa de garantir uma competição justa entre os grupos, para que todos tenham chances iguais de expressar seus interesses e se fazer representar.

Por fim, o que se espera com este trabalho é analisar esses media, no caso, o jornal a Folha de S.Paulo - escolhido por ser o maior jornal de circulação no país e o primeiro a publicar com exclusividade o tema da sanção da Anatel – e compreender a complexidade da dinâmica que ele exerce nos processos discursivos de legitimação e participação política.

O conceito de Esfera Pública e a Mídia

Habermas (2003) conceitua a esfera pública como sendo um espaço social e comunicativo entre esfera privada e o Estado, caracterizada pelo acesso livre, geral e desimpedido ao público, pela publicidade e, de acordo com Altheman (2012:268), pela possibilidade de crítica ao Estado autoritário e pela decisão própria autônoma do cidadão. É, portanto, o espaço de deliberação, no qual só pode ser constituído por meio da linguagem, entre outras fontes, dos media e de outros espaços de conversação e diálogos.

O autor define o espaço público como lugar para o exercício da liberdade e para a realização do homem, e se propõe a analisar as transformações por que passaram a esfera pública e política na era atual. Para Habermas, as novas formas de sociabilidade ganharam força e expressão com o surgimento de novos ambientes, principalmente tecnológicos. (MARCONDES, 2009)

Com a transformação dos meios de comunicação ao longo do tempo, a experiência de mundo – antes relegada à esfera íntima da família ou à dimensão individual – passou a ser largamente mediada pelos meios de comunicação.

Atualmente, a aglomeração urbana não permite uma experiência direta de grande parte dos acontecimentos, portanto, diversos tipos de mídia tornam-se referências do indivíduo urbano, submetido ao princípio de publicidade inerente à constituição da esfera pública burguesa.

De acordo com Francine Altheman (2012:269), Habermas estabelece em sua obra uma importante analogia entre o surgimento da esfera pública burguesa, nos séculos XVII e XVIII, e o surgimento da imprensa. Segundo Gomes (2008:37), a esfera pública moderna constituiu-se com a burguesia, classe social que a partir do século XVI controlava as posições chave na economia das sociedades europeias, mas estava excluída do poder exercido como domínio no Estado e na Igreja. O contraste entre sua enorme importância social, mas sem nenhum reconhecimento e ainda as condições de privados da vida política é que levaram os burgueses a identificar na possibilidade da esfera pública a) um âmbito livre do domínio das instancias estabelecidas e b) neutro quanto ao poder político do Estado (GOMES, 2008:37) Neste período, a esfera pública burguesa reunia-se em cafés e salões com intuito de debater assuntos de interesse geral, utilizando a imprensa de opinião tanto para mediar o uso público de suas razões e expressar seus pontos de vista como para fazer circular essas opiniões em vários ambientes.

A esfera pública é a ocasião e a condição para gerar a opinião pública, que nada mais é que a vontade coletiva que nasce do consenso das razões em público. A ideia de opinião pública está associada à imprensa, que se torna instrumento para que as decisões políticas sejam tomadas e legitimadas nesse novo fórum público (Habermas, 2003a)

Ainda que muita coisa tenha se alterado de alguns anos para cá e o próprio Habermas tenha mudado seu pensamento, na época em questão, o autor acreditava que se os meios de comunicação respondem à lógica de capital e mercado, logo eles perdem a característica de acessibilidade das informações para qualquer tipo de público. Habermas então defende que se constrói uma opinião não pública, que não é resultado do debate dos concernidos e que se caracteriza somente como uma projeção dos interesses particulares sob o disfarce do interesse de todos. “O jornalismo crítico é suprimido pelo manipulativo” (HABERMAS, 2003a.210)

De acordo com Maria Silveirinha (2010:39), os media determinam decisivamente a agenda dos “públicos fortes” que deliberam na tomada de decisão formal. Contudo, os media “preferem, em vez da sua auto compreensão normativa, alimentar-se do material de produtores de informação poderosos, organizados e enquanto eles preferirem estratégias que baixem em vez de aumentarem o nível discursivo da comunicação pública, as questões tenderão a começar e ser dirigidas a partir do centro, em vez de seguir um curso espontâneo que originaria na periferia” (Habermas, 1996: 380). A consequência disto é clara: “as

dinâmicas de comunicação de massa são dirigidas pelo poder dos media de selecionar, e formar a apresentação das mensagens e pelo uso estratégico do poder político e social de influenciar as agendas, bem como enquadrar as questões públicas” (Habermas, 2006: 415)

Em *Direito e Democracia*, Habermas (1992), volta ao conceito de esfera pública, considerando os media como agentes capazes de conferir a visibilidade a eventos e discursos, libertando processos comunicativos de espaços restritos e permitindo uma integração de debates que se dão nesses espaços (GOMES E MAIA, 2008).

Segundo Altheman (2012:270), o autor define três contribuições potenciais que sustentam a importância desempenhada pelos meios de comunicação na constituição da esfera pública: a primeira refere-se à questão da visibilidade e seu poder de publicização; a segunda diz respeito à capacidade dos media de promover uma simultaneidade de acesso aos conteúdos discursivos que circulam em vários contextos argumentativos; a terceira contribuição diz respeito à acessibilidade das mensagens, que podem ser vistas por qualquer um, em qualquer lugar e a qualquer tempo (MARQUES, 2008).

Para compreender o papel que os media desempenham na sustentação da esfera pública política, seja fomentando a conversação cívica politicamente relevante na vida cotidiana, seja oferecendo plataformas para o debate público mediado, que envolve atores políticos variados é preciso estudar os valores da conversação cotidiana, as relações desta conversação e os usos que os cidadãos fazem dos produtos midiáticos e ainda se ocorre a participação da sociedade civil no debate político. No caso deste artigo, o foco dessa conversação se dará no nível macro, no entanto, é possível fazer alguns recortes de fontes influentes que emitiram suas opiniões nas matérias analisadas.

O papel dos media

Segundo Habermas (2006), a discussão realizada na esfera informal cotidiana – nos fóruns organizados da sociedade civil e nos meios de comunicação – deve preencher a função de “mobilizar ou articular questões relevantes e a informação necessária, e especificar interpretações” (Habermas, 2006, p. 416). O autor sugere que cabe à sociedade civil criar preferências e expressá-las por meio da ação individual e coletiva a fim de produzir uma decisão política. Para que isso seja feito, os cidadãos devem ter oportunidades iguais e

efetivas de aprender sobre as políticas alternativas, além de se engajarem na investigação e discussão das questões em pauta.

Maia (2009:201) demonstra esta ambiguidade do papel dos media: por um lado, entende-se que em determinadas situações, os agentes midiáticos podem mobilizar não apenas questões políticas relevantes, mais, ainda as informações requeridas e as contribuições apropriadas para um debate político eficaz. Por outro lado, segundo a autora, eles podem, em igual medida ignorar ou banalizar questões políticas importantes e ainda distorcer informações, excluir ou deslegitimar a voz de certos autores à medida que favorecem e advogam em benefício de outros. A análise das matérias publicadas na Folha de S. Paulo poderá explicitar melhor esta conceituação.

Além de observar este papel dos media, é importante também analisar como (e se) os media criam novas oportunidades, novas opções e novos espaços para que os sujeitos produzam sentido de si mesmos, da relação com os outros, etc.

O material dos media, segundo Maia (2009:209), são potencialmente transformadores das relações do cotidiano. Esses bens simbólicos, ao dramatizar conflitos vivenciados concretamente pelos indivíduos na sociedade ou trazer elementos de um mundo distante, ou um conjunto de questões e valores estendidos no tempo e no espaço, podem fornecer insumos para a politização das experiências pessoais. Experiências essas, que, de acordo com Habermas (1997: 98), colaboram para que a esfera pública retire seus impulsos da esfera privada, dos problemas sociais e das disfunções dos problemas sociais.

Apesar de muito se falar [“do debate”] sobre a necessidade da imparcialidade jornalística, que os media devem seguir, é cada vez mais comum a contribuição de espaços privilegiados que esses oferecem para discursos hegemônicos, que reforçam hierarquias sociais e relações de poder². Para Maia (2009: 210), ainda que os media reforcem a circulação de padrões estereotipados e carreguem em si um discurso social com certos juízos e valores favorecendo esses grupos hegemônicos, não se deve esquecer a possibilidade de um posicionamento refletido por parte dos sujeitos que sofrem de exploração, estigmatização ou de injustiças sociais.

Luís Mauro Sá Martino (2003) faz interessante abordagem sobre Mídia e Poder Simbólico

A autora lembra que, para Bourdieu (1989) e Habermas (1992), um determinado discurso estabelece posições de uns em relação aos outros, que os atores podem ou não reconhecer, podem ou não assumir. É a partir da análise das matérias que será possível capturar tais posicionamentos e ainda contestar as representações e discursos presentes nos media.

Análise das matérias publicadas

A partir dessas questões, nota-se a importância dos media no que tange à ampliação dos debates políticos. Mas como, de fato, a comunicação oferece esta oportunidade para a expansão das causas cívicas e para a apresentação de diferentes pontos de vista, argumentos e preocupações para que ocorra este debate?

De acordo com Maia (2009:2015), repórteres e jornalistas avaliam o interesse de uma questão com base em critérios de noticiabilidade tais como: o potencial para despertar a atenção do público; os graus de importância, de impacto e de atualidade da matéria; a existência ou não do caráter espetacular ou chocante, entre outros elementos.

É, portanto, neste ambiente, que os agentes midiáticos selecionam tópicos, constroem as narrativas, editam e agenciam as vozes e dos atores. Filtrando e enquadrando sentidos, todo embate e negociação de argumentos dentro desta cena midiática segue uma autonomia própria que raramente permite as motivações e habilidades dos atores sociais – neste artigo não cabe analisar em detalhes o tom discursivo de tais autores que foram fontes das matérias, mas sim a forma com a qual os discursos das empresas de telecomunicações impactadas com a medida imposta pela Anatel, além do próprio discurso da Anatel pautaram o jornal ao longo dos dias. Será possível ainda verificar que, apesar da exposição investigativa apresentada, a Folha traz um rico exemplo de como os critérios jornalísticos mencionados anteriormente são utilizados.

Na primeira matéria divulgada pela Folha, em 19 de julho de 2012 a manchete do jornal possui um caráter tendencioso ao publicar o título “Anatel suspende venda de planos de TIM, Oi e Claro”. Em nenhum momento do texto complementar fica claro que tipo de produto foi penalizado e nem a data que as empresas deixarão de comercializar o produto – informações que somente são esclarecidas dentro da matéria principal.

Apesar de terem sido notificadas - sem aviso prévio - sobre a decisão, todas as operadoras se manifestaram e o jornal cumpriu seu papel ao promover a simultaneidade de contextos argumentativos, apresentando, portanto, a fala de cada uma das empresas na mesma matéria.

Contudo, ainda que tenha divulgado tais conteúdos discursivos ao leitor, a mesma edição do jornal também publica uma extensa matéria com o título: “Proibida de vender chip em 18 Estados, TIM é a mais punida”. De fato, a operadora foi realmente a empresa mais penalizada, inclusive a reportagem apresenta uma retranscrição lembrando outras proibições que a TIM já havia sofrido anteriormente pela agência reguladora - no entanto, não seria este um exemplo de como os media deslegitimam a voz de certos autores à medida que favorecem e advogam em benefício de outros? Vale lembrar que o jornal utilizou este recurso em outras matérias sobre o tema ao longo dos dias. Algumas vezes apresentava notas das empresas Claro e TIM, outras vezes apenas da TIM e Oi e assim consequentemente.

Aqui cabe reforçar outro ponto que vai de encontro com a fala de Rousiley Maia: ainda nesta mesma edição e na mesma matéria, o jornal apresenta a opinião de Flávia Lefèvre Guimarães, fonte que faz parte atualmente do Conselho da Pró-Teste (associação de defesa do consumidor), mas que também já fez parte do Conselho Consultivo da Anatel, a qual ela levanta uma questão que se pode caracterizar com um modo de exercer o conceito de esfera pública, defendido por Habermas em Direito e Democracia.

Apenas pelo título do texto opinativo “Anatel vai apagar incêndio que poderia ter sido evitado”, já se nota a capacidade do jornal em atuar como agente capaz de conferir a visibilidade a eventos e discursos, permitindo uma integração de debates que se dão nesses espaços. A opinião de Flávia Lefèvre assim como de outras fontes, servirá – ao longo de várias matérias analisadas no período – como contraponto para reportagens investigativas sobre o assunto e que foram se desdobrando ao longo dos dias.

Em todo esse processo, os meios de comunicação desempenham um papel fundamental, ao dar visibilidade aos fenômenos sociais e ao prover informações em torno dos quais se estruturam esferas de discussão privada e pública. Os media estabelecem plataformas que permitem a diferentes atores (políticos, grupos de interesse, especialistas, porta-vozes de certas causas) apresentarem seus pontos de vista e defendê-los em público.

Do mesmo modo, foi possível observar certas confluências de informações e dados apurados. Na reportagem publicada no dia 19 de julho a Folha apresenta que a decisão da proibição das vendas partiu da Anatel, agência que regula o setor. Depois, no dia seguinte, 20 de julho, logo na capa do jornal a nota diz “(...) A atitude da Anatel segue orientação do governo para que os órgãos sejam mais severos”.

É comparando essas pequenas ambiguidades que se começa a notar o que está por trás da decisão da paralisação das vendas, que, no entanto, só fica mais clara sete dias depois, em matéria de capa do jornal com a seguinte manchete: “Após punir teles, governo mira as montadoras”. E é de fato esclarecida na matéria publicada no dia 06 de agosto a qual apresenta o seguinte título “Anatel poderia ser multada se não punisse operadoras”.

Entendida como um jogo de equilíbrio instável, envolvendo diversas forças – além de questões éticas, morais, negociações pragmáticas e barganhas - esta dinâmica dos media pode tanto promover a ampliação do debate, generalizando as temáticas em público, como pode também aumentar a audiência e a estratégia de diversos atores no jogo político que estão fora da cena midiática.

Determinadas questões sociais, ainda que de difícil dramatização, encontram um alto grau de preocupação junto à população, o que contribui para que os atores cívicos sejam bem sucedidos ao trazer novas questões para a agenda política.

Considerações finais

De modo geral a Folha de S.Paulo apresentou condições para gerar opinião pública, trouxe informações novas a cada matéria publicada e permitiu que o Governo e a própria Anatel voltassem atrás do prazo que haviam estipulado – as operadoras tinham prazo de 30 dias para apresentar planos de melhorias – em onze dias para voltar às vendas.

É importante, no entanto, destacar que esta esfera pública criada pela vontade coletiva originária do consenso das razões em público, defendida por Habermas, não é o exemplo observado nas matérias da Folha de S.Paulo. De acordo com a análise das matérias publicadas no período, é mais fácil relacionar as reportagens com o antigo conceito de Habermas (1992:437) o qual acreditava que se os meios de comunicação respondem sim à lógica de

capital e mercado, que se caracteriza somente como uma projeção dos interesses particulares sob o disfarce do interesse de todos.

Como exemplo, temos a comparação das matérias publicadas no dia 02 e 03 de agosto respectivamente: “Dia dos Pais intensifica a pressão para liberar chips”, que, segundo apuração feita pelo jornal a intenção é de cumprir o prazo fixado pelo então ministro das Comunicações, Paulo Bernardo e “Teles suspensas voltam hoje a vender chip” com fala já do presidente da Anatel, João Rezende, afirmando que a agência vai trabalhar diariamente para acompanhar as melhorias.

Concluindo, apesar de todas as informações relevantes levantadas pela Folha de S.Paulo, que auxiliaram na viabilização do debate - tais como: o leilão do 4G; o aumento do número de clientes por antena instalada; a situação crítica da TIM, tanto na área de atendimento como no aspecto operacional; a burocratização da Anatel; os critérios técnicos utilizados pela agência reguladora que culminaram a paralisação das vendas; o plano das empresas de telecomunicações para a Copa e Olimpíadas e a questão do novo dígito no DDD 11 (tema este que foi divulgado cerca de dez dias após a paralisação das vendas e que abriu margem para se pensar numa estratégia de pauta da própria Anatel com intuito de mudar o foco das matérias) – ainda assim, os grupos subordinados dispõem de um grande esforço para se expressar em esferas privadas e públicas não ganharam muito espaço.

Em algumas reportagens se observou consumidores reclamando de falta de sinal, desrespeito, mas a questão em si de como combater algumas discriminações e outras injustiças, não foi explorada profundamente nas reportagens e nos textos complementares opinativos.

A busca por reconhecimento e justiça social é uma empreitada necessariamente pública. De acordo com Rousiley Maia (2008: 219), outros grupos e cidadãos precisam cooperar, concedendo apoio mútuo e assegurando compromissos éticos. A comunidade democrática e o Estado constitucional não podem reconhecer todas as demandas de grupos como legítimas, já que muitas delas causam prejuízos e danos para outros cidadãos ou grupos, são moralmente repugnantes ou injustas. Nesse sentido, há uma concordância com a autora: a conversação cotidiana e as discussões nos fóruns informais da sociedade civil e a comunicação massiva são fundamentais para mobilizar e articular questões relevantes e a informação necessária e, especificar interpretações para processar o „bem comum“.

Referências

- ALTHEMAN, Francine. Esfera Pública Midiática: O Papel dos Media na Construção do Debate. In: GOTTLIEB, Liana (org). **Coleção Comunicação em Cena**. v.1. São Paulo: Scortecci, 2012, pp. 267-271.
- ARAGÃO, Marianna e FERNANDES, Thiago. **Nono dígito provocará instabilidade, diz Anatel**. Folha de S.Paulo, São Paulo, 28 jul.2012. Seção Mercado, p.B4.
- AUTRAN, Maria Paula e WIZIACK, Julio. **Excesso de linhas por antena prejudica qualidade do serviço**. Folha de S.Paulo, São Paulo, 29 jul.2012. Seção Mercado, p.B3
- BORBA, Julia. **Dia dos pais intensifica a pressão para liberar chips**. Folha de S.Paulo, São Paulo, 02 ago.2012. Seção Mercado, p.B10
- BORBA, Julia. **Teles suspensas voltam hoje a vender chip**. Folha de S.Paulo, São Paulo, 03 ago.2012. Seção Mercado, p.B1
- BORBA, Julia e MATAIS, Andreza. **Anatel suspende vendas de TIM, Oi e Claro**. Folha de S.Paulo, São Paulo, 19 jul.2012. Seção Mercado, p.B1
- BORBA, Julia e MATAIS, Andreza. **Disputa com teles mostra poder de ministro sobre a agência**. Folha de S.Paulo, São Paulo, 28 jul.2012. Seção Mercado, p.B4
- CARAZZAI, Estelita H. **TIM derruba sinal de propósito, diz Anatel**. Folha de S.Paulo, São Paulo, 07 ago.2012. Seção Mercado, p.B1
- CRUZ, Valdo e MATOS, Kelly. **Tele punida terá de propor plano para Copa**. Folha de S.Paulo, São Paulo, 25 jul.2012. Seção Mercado, p.B1
- CRUZ, Valdo e NERY, Natuza. **Dilma fala em suspender IPI menor de carro**. Folha de S.Paulo, São Paulo, 27 jul.2012. Seção Mercado, p.B1
- GOMES, Helton S. **Instalação de novas antenas de celular demora até 5 anos**. Folha de S.Paulo, São Paulo, 29 jul.2012. Seção Mercado, p.B4
- GOMES, Wilson e MAIA, Rousiley C.M. **Comunicação e democracia: problemas e perspectivas**. São Paulo: Paulus, 2008
- HABERMAS, Jurgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003a.
- _____. **Direito e democracia: entre facticidade e validade**. v.II. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003b.
- MAIA, Rousiley C.M. Esfera pública e os media na trajetória de pensamento de Jurgen Habermas. In: MARQUES, Ângela et al. **Esfera pública, redes e jornalismo**. Rio de Janeiro: E-papers, 2009, pp. 48-69.
- MARCONDES FILHO, Ciro (org). **Dicionário da Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009
- Proibida de vender chip em 18 Estados, TIM é a mais punida**. Folha de S.Paulo, São Paulo, 19 jul.2012. Seção Mercado, p.B4
- MARTINO, Luís M.S. **Mídia e poder simbólico: um ensaio sobre comunicação e campo religioso**. São Paulo: Paulus, 2003.
- Dilma pede à Anatel linha dura com as teles**. Folha de S.Paulo, São Paulo, 20 jul.2012. Seção Mercado, p.B1
- Anatel poderia ser multada se não punisse operadoras**. Folha de S.Paulo, São Paulo, 06 ago.2012. Seção Mercado, p.B3