



ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

DELIBERAÇÃO SOBRE QUESTÕES DE PRIVACIDADE E DE DIGNIDADE HUMANA Desde programas que convertem a privacidade em espectáculo, como o “Big Brother”, até ao comportamento de órgãos de comunicação social sobretudo em reportagens sobre menores

(Aprovada na reunião plenária extraordinária de 24.OUT.2000)

I – A privacidade e o direito a informar

I.1 - O privado é o domínio do afecto, do gosto pessoal, do familiar ; o público é a esfera das relações sociais e institucionais. O homem será sempre a sua sociabilidade, mas é, também, essencialmente a sua íntima individualidade, o seu mistério voluntário, e mesmo involuntário. Se a sociabilidade, desde a profissional à cívica, à cultural, à lúdica, etc., realiza o homem, lhe confere dimensão histórica, grandeza, dignidade, a sua privacidade e a sua intimidade são outras, e igualmente ricas, dimensões da sua História, da sua condição, da sua individualidade. A diferença, a articulação e a própria dialéctica entre esses dois mundos, o privado e o público, são de facto componentes da sua natureza e da sua dignidade. Sabendo-se que a ideologia fascista e, mais amplamente, a ideologia totalitária recusam dignidade à privacidade. Justamente por recusarem dignidade à individualidade. O direito de tradição humanística, sobretudo na sua formulação moderna e democrática, procura estabelecer essa fronteira e essa indispensável compaginação. Tal como a compaginação e a fronteira entre o direito a informar e a ser informado, por um lado, e o direito à privacidade, bem como o direito à imagem, por outro. São direitos que, por vezes, colidem, como não poderia deixar de ser. Sendo esse conflito dirimido, conforme determina a lei, pela eventual preponderância do interesse público, atendendo-se à natureza dos casos e às condições das pessoas neles envolvidas.

I.2 A Alta Autoridade para a Comunicação Social (AACS) tem-se manifestado sobre esta matéria, em diversas vertentes e implicações do âmbito das suas atribuições e competências, quer em colóquios e seminários por ela promovidos, designadamente aquele que decorreu, há dias, no Porto, a propósito da relação entre a verdade e a privacidade, ou nos quais participou, quer em documentos genéricos publicados, como o seu comunicado “Posição da AACS quanto a práticas de devassa da intimidade por órgãos de comunicação social”, aprovado no plenário deste órgão de 9 de Outubro de 1996, quer a propósito de queixas concretas que lhe foram submetidas quer ainda no âmbito de processos que, conforme a lei que a rege, pode desencadear. Justamente neste âmbito se encontram casos diversos que centralmente colocam a questão da privacidade

9857



ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

2

e da dignidade humana. O facto de todos estes casos resultarem de iniciativas da AACS e de estarem centrados nesta matéria levam este órgão, por uma concepção de economia e de eficácia, a um pronunciamento global. Reflectindo o presente documento a ponderação deste órgão sobre questões ligadas ao direito à privacidade, mas também ao direito à imagem, bem como, em alguns casos, ao direito da presunção da inocência, em causa no comportamento de órgãos de comunicação social. Designadamente, quanto a actos de grande violência exercidos sobre menores, quanto à identificação de um jovem, filho de uma figura pública, levado à tentativa de um acto desesperado, quanto à “condenação” jornalística de um menor caracterizado como delinquente, quanto ao tratamento jornalístico de casos de pedofilia já objecto de sentenças judiciais, as quais suscitaram recursos, quanto à questão genérica da articulação entre o exercício do humor, da ironia, da sátira, do sarcasmo e o direito à privacidade, à reserva da intimidade da vida privada. Envolvendo ainda o fenómeno recente de programas de televisão que convertem a privacidade em espectáculo, designadamente o “Big Brother”.

II. Dos limites legais aos princípios deontológicos

II.1 Sabe-se que a lei e a deontologia profissional do jornalista protegem a privacidade, apenas consentindo a divulgação de quanto é do seu domínio quando se sobrepõe o interesse público, ponderada a notoriedade e pública responsabilidade, nomeadamente política, da pessoa ou pessoas em causa. Sabe-se que a lei afirma a inviolabilidade da integridade moral e física das pessoas, bem como lhes reconhece os direitos à identidade pessoal, ao desenvolvimento da personalidade, ao bom nome e reputação, à imagem. Sabendo-se também que os menores têm, nestes domínios, protecção alargada, designadamente evitando uma identificação bastante para os marcar social e psicologicamente. Ou, após a sua morte, marcar psicológica e socialmente os seus mais próximos. Devendo entender-se que esta protecção envolve os menores por si próprios, independentemente das suas relações familiares, por exemplo da notoriedade de qualquer dos seus progenitores ou outros familiares.

II.2 Decerto o interesse público e a função, nesse domínio, da comunicação social potenciam os direitos a informar e a ser informado e o exercício da crítica, revista ela ou não as feições do humor, da ironia, da sátira, do proprio sarcasmo, de tão fundas e históricas tradições culturais e políticas na imprensa portuguesa, nomeadamente de intervenção cultural e política. Esses direitos e esses valores têm, sabe-se, o limite dos



ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

3

valores e inerentes direitos da dignidade humana, da reserva da intimidade da vida privada e da integridade moral dos cidadãos.

III. A privacidade como espectáculo

III.1. A questão mais premente e mais culturalmente dramática será a da privacidade oferecida, aquela que se auto-exibe. Desde logo, no plano jornalístico, por exemplo, a de menores e de familiares de menores, que, de forma mais ou menos ingénua, por vezes em situações de grande emotividade e fragilidade psicológica, parcialmente a revelam, a expõem a órgãos de comunicação social. Mas com particular contundência no plano da programação audiovisual, a de fórmulas, de produções, que, como o “Big Brother”, convertem a privacidade em espectáculo. Que, como é o caso, anunciam, no genérico, “Sem Privacidade”. Não porque ela não esteja lá. Mas porque ela está lá, consideravelmente desprotegida. Suficientemente desprotegida. Porque essa desprotecção da privacidade é o chamariz e o cerne do espectáculo. Por contratualizada, regulada, televisivamente produzida e montada que seja essa privacidade. Garantida que esteja a anuência daqueles que consentem a exibição da sua privacidade. Tanto e de tal forma que se poderá alegar não estarmos já, de facto, perante a privacidade. Ocorrendo, porém, que essa privacidade só formal e contratualmente está *desprivatizada*, dado que ela continua a ser, é, a estruturante do fenómeno. Não perde a condição de privacidade aquilo que não o quer ser, ou que consente não ser. Tal como, não sendo a privacidade nunca *toda* a privacidade, havendo sempre mais e mais funda privacidade, sendo o pensamento uma reserva, não deixa de ser privacidade a parte ou, dessa, boa parte que se exhibe e se observa. Devendo desde já dizer-se que a matriz de tal fenómeno, aparentemente nova, é nova na medida em que emerge nos audiovisuais de numerosos países, não o sendo de facto nem na sociologia, nem na psicologia, nem na patologia do exibicionismo nem em algum negócio do desespero e da miséria.

III.2. Estamos assim em saber se é privado aquilo que não se quer a si próprio como tal, se podemos e devemos proteger quem não quer nesta matéria ser protegido. Tal como estamos em saber se é legítimo exigir de órgãos de comunicação social que não firam a privacidade que não se reconhece como ferida. Correndo-se, aqui, o risco de pôr em causa, desde logo, a liberdade, designadamente de programação, de órgãos de comunicação social, bem como a liberdade daqueles que os consomem, depois, naturalmente, a liberdade de quantos prescindem da reserva da sua intimidade. Sabendo-

7859



ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

4

se, repete-se, que estamos perante uma privacidade filtrada, que se sabe, ela, pública, monitorada, montada e sujeita a um regulamento.

III. 3 Assinale-se, de imediato, e intercaladamente, que o essencial, aqui, não será a ressonância episódica, pontual, do escândalo de uma palavra, de um gesto, de um acto mais agressivo, mais chocante, exibidos no "Big Brother". Decerto poderão, esses, se verificados, se ilegítimos, suscitar, de um órgão com as atribuições e as competências da AACCS, a devida intervenção. Não é este, no presente documento, o nosso objectivo. Antes e sobretudo a ponderação, o enquadramento, do fenómeno. E, tanto quanto possível, na citada perspectiva pedagógica, o estabelecimento de um quadro de referências e de actuação por parte desta Alta Autoridade, claro para os órgãos de comunicação social e claro para o público.

IV – A privacidade como dignidade essencialmente inalienável

IV. 1 – Retomando-se a questão de saber se a privacidade é também a liberdade de o não ser. Se, querendo sê-lo, é uma mercadoria. Se, por tal optando, pode ser um espectáculo. A ponderação, predominantemente cultural, se se quiser mesmo ética, da AACCS, é a de que a privacidade não é um bem ilimitadamente disponível. Isto dado que ela, na sua extensão, profundidade e significado, decorre de uma dignidade de facto inalienável. Inalienável por parte de quem a detém. Eticamente inapropriável por parte de quem a observa. Podendo a sua alienação - banal que seja, depois, a sua exposição, o seu quotidiano - configurar uma violência brutalizadora da própria dignidade do público. Isto é, podendo constituir, pior do que uma pedagogia do voyeurismo, essencialmente uma pedagogia da indignidade humana. Não apenas, assim, aquela que se consente e se encena e facilita, mas também aquela que se consome. Porque, se a individualidade é obviamente um singular, a dignidade humana é o mais alargado dos plurais. A dignidade humana, de que a privacidade é elemento estruturante, só pode moral e culturalmente constituir um bem colectivo. Nesta perspectiva se dizendo que a privacidade dos outros, pertencendo aos outros, também é a privacidade ela-própria, isto é, também a nossa.

IV. 2 Alegar-se-á que esta exposição e este comércio constituem uma tendência, quer, globalmente, em termos culturais quer em termos de tendência de uma linha de programação audiovisual. Que constituem um fenómeno complexo veiculando, não

2000



ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

5

apenas o voyeurismo, mas interesse humano, desejo de intimidade relacional, de vivência, embora por procuração. Que mobilizam, em determinado grau, a opinião, a emoção, a intervenção. Que projectam, pelo menos esboçam, tacteiam, a anunciada interactividade. Que, por tudo isto, justificam o que eventualmente revista aspectos de manipulação, de marionetização, num quadro de inevitáveis relações explosivas, de pulsões agressivas e de pulsões sexuais, justificando modelos de identidade construídos sobre tácticas de sobrevivência, sobre a necessidade da simulação, do chamado “falso self”, da vontade de triunfar *contra* os outros, na base da eliminação dos outros. E que fazem parte de um todo cultural irreversível, sancionado pela adesão do público. Estando, assim, um “Big Brother” na lógica da cultura do espectáculo e do espectador e sendo qualquer intervenção reguladora um paternalismo insuportavelmente moralizador e uma utopia. Não há, porém, nesta perspectiva uma lógica. Há lógicas, e lógicas dialécticas. Que decorrem de vontades, de opções. Enriquecedoras, nos contrastes e no debate. Não sendo, por tudo isto, insignificante que o nome do programa que designadamente em vários países europeus introduziu esta fórmula seja o da mais drástica das denúncias do totalitarismo. Justamente a ideologia e a prática que, usando a privacidade como devassa e domínio, de facto a recusa, recusando a dignidade humana.

V – O “Big Brother” e as responsabilidades legais do respectivo operador televisivo

V.1 .Na medida em que estiver em causa a dignidade humana estamos no domínio dos limites à liberdade de programação que o Artigo 21º da Lei nº 31-A/98, de 14 de Julho - Lei da Televisão refere. Diz-se, no ponto 1: “ Não é permitida qualquer emissão que viole os direitos, liberdades e garantias fundamentais, atente contra a dignidade da pessoa humana ou incite à prática de crimes”. Além de que, e citamos o ponto 2 do mesmo Artigo: ” As emissões susceptíveis de influir de modo negativo na formação da personalidade das crianças ou adolescentes ou de afectar outros públicos mais vulneráveis, designadamente pela exibição de imagens particularmente violentas ou chocantes, devem ser precedidas de advertência expressa, acompanhadas da difusão permanente de um identificativo apropriado e apenas ter lugar em horário subsequente às 22 horas”. Cabendo aqui citar o acordo de auto-regulação firmado, em 9 de Julho de 1997, com o apoio da AACS, pelos operadores televisivos, e depois reavaliado e reiterado, designadamente no presente ano, documento envolvendo a concretização de aspectos destas determinações legais. Indisputavelmente, quer a lei

7761



ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

6

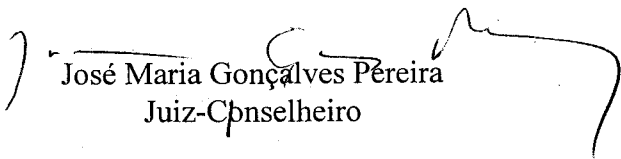
quer o acordo incluem formatos de programas como este e sujeitam-nos às suas exigências.

V. 2 Concluindo. A AACS, numa perspectiva de intervenção legal, mas também de pendor cultural e ético, ponderou diversas questões ligadas sobretudo à privacidade, mas também ao direito à imagem, assim como ao direito à presunção da inocência e à compaginação do direito à privacidade e o exercício do humor, da ironia, da sátira e do sarcasmo. Numa perspectiva centrada na questão da privacidade, adquire saliência, pela complexidade do fenómeno, pelas suas implicações e por alguns contornos de novidade, o caso do programa "Big Brother". Estando em causa, neste programa, à partida, por definição, esse elemento constituinte da dignidade humana que é a privacidade, e tomando devidamente em linha de conta a liberdade de programação, considera a AACS fundamental que a TVI garanta, nestas suas emissões, o respeito por esse valor, que a lei protege, não permitindo que essa exposição de privacidade humanamente indignifique os participantes e objectivamente constitua uma pedagogia de indignidade humana, seja em situações específicas e tarefas concretas seja nas tácticas de êxito e nos valores que tais tácticas podem ferir.

Esta deliberação foi aprovada por unanimidade, com votos de Artur Portela (relator), José Maria Gonçalves Pereira, Sebastião Lima Rego, José Garibaldi, Amândio de Oliveira, Fátima Resende, Rui Assis Ferreira e Pegado Liz.

Alta Autoridade para a Comunicação Social, em 24 de Outubro de 2000

O Presidente


José Maria Gonçalves Pereira
Juiz-Conselheiro

AP/AM

2002