



Comunicação e Direito: a liberdade de imprensa *versus* o direito à privacidade de celebridades¹

Isabela Rodrigues Veiga²

Aluna (mestrado) da Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora

Resumo

Este trabalho busca trazer reflexões acerca da sociedade em que vivemos, onde a privacidade é mais um produto da Comunicação de Massa. A problemática surge quando a vida privada de celebridades é exposta ao público como um produto a ser consumido através das revistas e programas de televisão. Assim, utilizando da liberdade de imprensa, os meios de comunicação divulgam a intimidade de pessoas famosas, sem ao menos consultá-las. Contudo, tais celebridades, para possuírem este *status* dependem da exploração de suas vidas pela mídia, afinal, para estarem no estrelato precisam de uma maior exposição nos meios de comunicação. Assim, levando em consideração o contexto sócio-cultural, o trabalho procura abordar a questão da privacidade de pessoas famosas e o direito à liberdade de imprensa.

Palavras-chave

Privacidade; Liberdade de Imprensa; Celebridades.

1- Introdução

A Comunicação Social, como reflexo da sociedade, pauta-se nos interesses da coletividade, que são, por natureza, interdisciplinares. Em outras palavras, em qualquer análise de fenômenos midiáticos estão inseridas questões de outras áreas do conhecimento, sendo bastante enriquecedor discutir os temas que envolvem a comunicação através destas diferentes perspectivas.

No presente trabalho o objetivo é demonstrar, a partir da dicotomia liberdade de expressão *versus* direito à privacidade, como o Direito e a Comunicação estão em constante diálogo. Através da análise do culto de celebridades, fenômeno decorrente da própria Indústria Cultural, será abordada a forma como os direitos, sejam eles até fundamentais, devem ser interpretados de acordo com o contexto cultural e social em que estamos inseridos. Para delimitar este tema, o objeto de estudo será o jornalismo de entretenimento e como este segmento envolve questões problemáticas relativas à difícil conciliação entre os direitos fundamentais à liberdade de imprensa e à privacidade.

A discussão parte do ponto de que, para atender ao interesse do público – afinal, a massa possui uma natureza *voyeur* que lhe é própria-, os meios de comunicação têm,

¹ Trabalho apresentado ao GT Comunicação Aplicada ou Segmentada, do XII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sudeste.

² Graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal de Juiz de Fora, graduada em Direito pela Faculdade de Direito Vianna Júnior, mestranda em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora.



cada vez mais, se especializado em uma mídia de cobertura da vida privada de celebridades. Cresce incessantemente o mercado de revistas, sites ou programas de TV nos quais o foco está nas vidas privadas dessas pessoas.

O problema surge quando essas celebridades (que, muitas vezes, dependem da própria exposição à mídia para serem consideradas pessoas célebres), resolvem reclamar sua privacidade na Justiça. Elas alegam que possuem o direito à vida privada e que a imprensa não tem o direito de divulgar aquilo que diz respeito à esfera pessoal de suas vidas. Já as revistas e tablóides defendem que estão corretos quanto à divulgação, visto que, ao definirem o que publicar, encontram-se em pleno gozo de seu direito à liberdade de manifestação do pensamento.

Há, portanto, um aparente conflito de direitos fundamentais: de um lado o direito à privacidade, do outro o direito à liberdade de imprensa. E, para uma análise e possível solução deste conflito, não se pode deixar de ter em mente a grande arena em que vivemos: a sociedade do espetáculo, na qual as fronteiras entre público e privado são tênues, sobretudo em virtude da onipresença midiática.

2- Culto à celebridade, uma análise cultural

Antes de abordar a questão da privacidade de celebridades, é necessário entender como o contexto cultural é relevante para a determinação daquilo que seria ou não invasão de privacidade. As leis são feitas com o objetivo de regular as relações entre indivíduos, mas a aplicação prática dessas leis, ou seja, sua efetivação na sociedade deve se pautar nos interesses sociais. Hoje, com uma mídia do entretenimento ativa e presente nas relações sociais o chamado “interesse coletivo” também engloba interesse por celebridades. No que tange à privacidade das celebridades, podemos dizer que este interesse é fruto da natureza *voyeur* da massa.

O interesse do ser humano sobre a vida das celebridades é um fenômeno que foi potencializado pela Indústria Cultural e pela sociedade de massa. Afinal, diante da mediação dos *mass media* o ser humano passou a ter como modelo aquilo que lhe é definido pelo conteúdo divulgado em massa. Entretanto, a natureza do interesse “*voyeur*” dos indivíduos pode ser identificada antes mesmo do conceito de celebridade. Uma vez vivendo em uma sociedade de massa, o ser humano passou a ter reações diversas ao novo contexto social em que vivia. Tudo passou a ser novidade e interesses antes inimagináveis começaram a aflorar na ordem social das grandes cidades.



Podemos apontar, como um dos primeiros casos em que foi possível se identificar a natureza *voyeur* das massas, o fenômeno popular das visitas ao necrotério de Paris, no fim do século XIX. O necrotério, que foi construído em 1864, era listado em, praticamente, todos os guias da cidade. Atraía tanto visitantes regulares quanto grandes multidões de até 40 mil pessoas em seus dias mais movimentados, quando a história de um crime circulava na imprensa popular e os visitantes iam ao necrotério para, na *salle d'exposition*, ver a vítima.

A identificação dos corpos funcionava como um show, onde até vendedores ambulantes ficavam na porta oferecendo doces, laranjas, pedaços de coco. E ainda havia a vantagem de ser um entretenimento gratuito, disponível para o público. Assim, uma notícia de um crime divulgada no jornal significava atração para o público que, no dia seguinte, ia ao necrotério a pretexto de “reconhecer” o corpo.

A grande maioria dos visitantes provavelmente não ia lá pensando que poderia de fato reconhecer um cadáver, A pretexto de cumprir um dever cívico, iam só para olhar. Era o voyeurismo público – flânerie a serviço do Estado. (SCHWARTZ, 2001, p.415)

Assim, o necrotério de Paris funcionava como um auxiliar do jornal, uma espécie de “casa de vidro”, um teatro do crime. Era uma atração mórbida em um lugar onde a vida parisiense era tornada espetáculo e as pessoas, *voyeurs* por natureza.

Logo depois, veio o Museu de Cera de Paris, inaugurado em 1882, onde figuras de cera de celebridades estavam próximas do público, o que confirmava, já naquela época, o gosto popular pelas figuras célebres, de destaque social proveniente da fama. “A justaposição de líderes políticos, atores e artistas confirmava uma ordem social moderna dominada pela celebridade e baseada na popularidade” (SCHWARTZ, 2001, p.422).

Uma crítica do jornal da época, explicando o interesse da população no museu, determinou: “A semelhança dos nossos grandes homens, dos nossos artistas famosos ou das pessoas da sociedade nos agrada... e é para vê-los bem de perto que o público lota o Musée Grévin”. (SCHWARTZ, 2001, p.423)

Como se vê, o interesse do ser humano reside no espetáculo da vida real, na privacidade de pessoas que possuem fama e estão numa realidade de *glamour*, lazer, bem-estar. O museu Grévin se dedicava ao gosto do público pela realidade e usava a cera para reproduzir o mundo social, sempre focando eventos contemporâneos. Havia um vínculo, portanto, com o espetáculo e a narrativa social.



Outro ponto em que é possível notar a natureza *voyeur* da massa, bem como seu interesse por celebridades, está no desenvolvimento da fotografia e dos meios de sua propagação. A fotografia possibilitou uma exteriorização ampla do mundo que cerca as pessoas famosas. Marshall McLuhan (1964) já apontava esse processo ao dar, ao capítulo de livro sobre a fotografia, o subtítulo “*O Bordel sem Paredes*”. Assim, com advento da tecnologia da fotografia, o homem pôde exercer a sua curiosidade pela privacidade de forma ampla e irrestrita.

Sustenta McLuhan que a câmera fotográfica tende a transformar as pessoas em coisas, uma vez que a fotografia estende e multiplica a imagem humana em proporções de mercadoria produzida em massa.

Os astros e estrelas de cinema e os ídolos nas matinês são levados ao domínio público pela fotografia. Eles se tornam sonhos que o dinheiro pode comprar; podem ser comprados, abraçados e apontados mais facilmente do que mulheres públicas. (MCLUHAN, 1964, p.215)

Assim, com a fotografia, foi possível unir o interesse do homem pela realidade (através de sua natureza *voyeur*) e, ao mesmo tempo, propiciar uma aproximação ainda maior entre o público e as celebridades. Metaforicamente, podemos dizer que com a fotografia temos a fusão do necrotério com o museu de cera de Paris. Estava instituída a ordem social do culto de celebridades.

Edgar Morin (1975), também escrevendo sobre este tema, explica a posição do espectador na cultura de massa.

O espectador olha. Também é espectador o leitor do jornal e da revista. As novas técnicas criam um tipo de espectador puro, isto é, destacado fisicamente do espetáculo, reduzido ao estado passivo e voyeur. Tudo se desenrola diante de seus olhos, mas ele não pode tocar, aderir corporalmente àquilo que contempla. Em compensação o olho do espectador está em toda a parte, no camarim de Brigitte Bardot, como no foguete espacial de Titov. (...) A cultura de massa mantém e amplifica esse “voyeurismo”, fornecendo-lhe além disso, mexericos, confidências, revelações sobre a vida das celebridades. (MORIN , 1975, p. 59)

Assim, de acordo com o teórico, o espectador tipicamente moderno é aquele que sempre vê tudo em plano aproximado, como na teleobjetiva, mas, ao mesmo tempo, sempre está numa impalpável distância. Mesmo aquele que estaria mais próximo está infinitamente distante da imagem, sempre presente, mas nunca materializada.

Edgar Morin (1975, p.91), em seu livro “A Cultura de Massa no século XX”, destaca a posição de celebridades através do conceito de olímpianos e determina: “[...] no encontro do ímpeto do imaginário para o real e do real para o imaginário, situam-se as vedetes da grande imprensa, os olímpianos”. Assim, seriam olímpianos não só os



astros de cinema, mas também os campeões, príncipes, reis, playboys, exploradores e artistas célebres. Dessa forma, a condição de olimpiano pode nascer do imaginário (como por exemplo, os astros de filmes), do exercício de função sagrada (realeza, presidência), da realização de trabalhos heróicos (campeões, exploradores) ou não (playboys, por exemplo).

Desde o progresso propriamente dito da cultura de massa enquanto tal -, a vida dos olimpianos participa da vida cotidiana dos mortais, seus amores lendários participam dos destinos dos amores mortais, seus sentimentos são experimentados pela humanidade média. (MORIN, 1975, p. 92)

A imprensa, ao mesmo tempo em que “endeusa” os olimpianos, conferindo-lhes um papel mitológico, mergulha em suas vidas privadas a fim de extrair delas a substância humana que permite identificá-los como seres mortais. Daí se pode dizer que os olimpianos gozam de dupla natureza: humana e sobre-humana; através dessa dualidade, efetuam a circulação permanente entre o mundo da projeção e o mundo da identificação. E será através da conjugação da vida cotidiana e da vida olimpiana que as celebridades se tornam modelos de vida, encarnando os mitos de auto-realização da vida privada. Mas, além das discussões sobre a natureza da cultura de massa, a compreensão do problema exige a inclusão de outra variável: os dispositivos legais. É que se fará a seguir.

3 – O direito à privacidade sob perspectiva legal

Após a breve análise do contexto sócio-cultural do culto de celebridades, o estudo agora se focará naquilo que a lei determina, no que diz respeito aos direitos aparentemente em conflito. A Constituição Federal brasileira, no artigo 5º, estipulou aqueles que seriam os direitos fundamentais para cada cidadão. Como o próprio nome indica, estes direitos são basilares da sociedade, sendo essencial a sua observância para que a sociedade viva harmoniosamente. No tema proposto, interessa-nos destacar os seguintes direitos: o da liberdade de imprensa e o do direito à privacidade. Ambos estão previstos nos incisos IV, IX, X, XIV do art. 5º da CF:

IV – é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato;

IX – é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independente de censura ou licença;

X – são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito à indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;

XIV – é assegurado o acesso de todos à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional. (SAID, 2004, p. 21, 22)



Tais direitos, por serem fundamentais, apresentam uma série de prerrogativas que buscam protegê-los de qualquer lesão. Essas chamadas prerrogativas são classificadas pela doutrina jurídica como características dos direitos fundamentais. Dentre essas características podemos citar: a imprescritibilidade (não se perdem pelo decurso do tempo), a inalienabilidade (não podem ser transferidos, seja a título gratuito ou oneroso), a irrenunciabilidade (não podem ser renunciados), a inviolabilidade (não podem ser violados), a universalidade (a abrangência desses direitos engloba todos os indivíduos, independente de sua nacionalidade, sexo, raça, credo ou convicção político-filosófica) e a efetividade (o Estado deve garantir tais direitos).

Diante dessas prerrogativas, fica mais clara a problemática discutida no presente estudo. Se não há possibilidade de alienar, violar e renunciar tais direitos, como poderia haver a divulgação pública da vida privada de pessoas famosas? A mesma questão também pode ser feita sob o ponto de vista da liberdade de imprensa. Ao impossibilitar divulgação de conteúdos diversos (dentre eles a privacidade de celebridades) não estaria sendo violado o direito à liberdade de imprensa, que, em tese, deve ser amplo para que possa ser efetivado?

O debate é interminável, porque a celebridade é uma pessoa mais exposta aos meios de comunicação - portanto, para gozar da prerrogativa de celebridade, tem sua vida privada mais aberta ao público. Entretanto, o direito à vida privada também possui como característica a universalidade, o que sugere que uma pessoa famosa teria a mesma proteção da privacidade que uma pessoa comum (aqui considerada como sendo um indivíduo não exposto aos meios de comunicação). Sendo assim, poderia a celebridade exigir que sua privacidade fosse resguardada tal qual um cidadão comum.

A proteção à privacidade é decorrente do surgimento da sociedade moderna. A burguesia se universalizava como classe social e o avanço tecnológico aumentava as possibilidades de violação da intimidade do cidadão. Assim, no dia 2 de maio de 1948, com a Declaração Americana dos Direitos e Deveres do Homem, é que se deu o primeiro texto internacional a proteger a intimidade. No mesmo ano, a Declaração Universal dos Direitos Humanos, aprovada em Nova York no dia 10 de dezembro, pela ONU, no seu art. 12, reconheceu o direito à intimidade.

Entretanto, o direito à intimidade, na acepção atual do termo, foi desenvolvido, doutrinariamente, no direito anglo-americano, através do artigo intitulado “The right to privacy”, escrito pelos advogados Samuel D. Warren e Louis D. Brandeis e publicado na *Harvard Law Review*, em 15 de dezembro de 1890. No trabalho, afirmam que o



objetivo é investigar a existência de algum princípio legal que pudesse ser invocado para amparar a intimidade das pessoas. E, havendo tal princípio, determinar a natureza e o alcance da proteção.

Eles sustentam que “[...] o direito à intimidade não deve ser considerado como um princípio da propriedade privada, mas uma inviolabilidade da personalidade” (WARREN; BRANDEIS *apud* FARIAS, 1996, p.112) Ainda no seu artigo, os advogados utilizam também a expressão *right to be let alone* (direito de poder ficar sozinho), o que evoca a idéia que a vida íntima diz respeito à própria pessoa, e esta tem o direito de tê-la protegida da interferência de outros indivíduos.

O direito à intimidade é subjetivo e, segundo Elimar Szaniawski (1999),

[...] consiste no poder de toda pessoa assegurar a proteção dos interesses extrapatrimoniais, de impedir a intrusão, a divulgação e a investigação na sua vida privada, garantido a paz, a liberdade da vida pessoal e familiar, criando o dever jurídico em relação a terceiros de não se imiscuírem na vida privada alheia. (SZANIAWSKI, *apud* LEYSER, 1999, p. 36)

Maria Fátima Vaquero Ramalho Leyser (1999, p.30) enumera aspectos que dizem respeito à vida privada, tais como: os confidenciais, informes de ordem pessoal (dados pessoais), lembranças de família, sepultura, vida amorosa ou conjugal, saúde física e mental, afeições, entretenimentos, costumes domésticos e atividades negociais reservados pela pessoa para si e para seus familiares ou pequeno círculo de amizade.

Ao trazer as considerações traçadas para a problemática do presente trabalho surge a seguinte questão: a mídia, ao divulgar aspectos relacionados à vida privada das pessoas famosas, intituladas celebridades, não estaria ferindo o direito fundamental à privacidade? Vejamos então um caso de invasão à intimidade que ocorreu no Brasil em março de 2005. O cantor Chico Buarque, solteiro, foi fotografado com uma morena na praia do Leblon. O autor da fotografia, o fotógrafo *free-lancer* Fábio Cordeiro, foi interpelado pela assessoria do cantor, que solicitou que a imagem não fosse divulgada, pois a morena que estava ao lado de Chico Buarque era casada e a publicação poderia causar-lhe problemas. Fábio não obedeceu e vendeu a foto que foi publicada pela revista *Quem*. Em entrevista ao *Jornal do Brasil*, do dia 13 de março de 2005, Fábio expôs os motivos que o levaram a vender a fotografia para publicação:

– Cheguei a pensar em não publicar, mas pensei: ‘O que estou fazendo de errado?’ É como diria Sérgio Cabral: ‘Não quer aparecer não sai de casa’. Chico deu mole, não tem como negar. Se a Vera Fischer passar pelada na rua eu não vou fotografar?



Muitas celebridades sempre sonharam em ficar famosas. Mas depois não podem querer andar na rua como um anônimo. Tudo tem um preço.³

A questão sobre o direito à privacidade das celebridades é tema há muito debatido. Na esfera judicial, a primeira demanda na qual o direito à intimidade é expressamente reconhecido ocorreu em 1892, quando um juiz de Nova York, apreciando o caso *Schuyler versus Curtis*, utilizou como base as idéias expostas por Warren e Brandeis no artigo ‘The right to privacy’. Dentro deste contexto, estabeleceu-se uma importante ressalva: a proteção dada à intimidade difere no que diz respeito às pessoas públicas e as pessoas privadas. Assim, o juiz do caso acima relatado pronunciou-se da seguinte maneira:

The moment one voluntarily places himself before the public, either in accepting public office, or in becoming a candidate for office, or as an artist or literary man, he surrenders his right to privacy, and obviously cannot complain of any fair reasonable description or portraiture of himself. (apud, FARIAS, 1996, p.115)

[No momento em que alguém voluntariamente se expõe ao público, seja aceitando um cargo público ou se candidatando, ou sendo um artista, essa pessoa abdica do seu direito à privacidade.]

O que se pode depreender, tanto da fala do jornalista, quanto da decisão do juiz, é que uma vez expostas ao público, voluntariamente, as pessoas célebres, de certa forma, abdicam em parte de sua intimidade como preço da fama ou prestígio que possuem. Dessa forma, o direito à intimidade possibilita uma maior proteção aos cidadãos comuns do que aos homens públicos ou célebres.

Entretanto, em se falando de direitos, há aqueles doutrinadores que possuem uma opinião bem distinta sobre o assunto, fundamentada, principalmente, em interpretações literais da lei. Alexandre de Moraes (1998, p.135), por exemplo, afirma que se encontra em clara e ostensiva contradição com o fundamento constitucional da dignidade da pessoa humana (CF, art. 1º, III), com o direito à honra, à intimidade e a vida privada (CF, art. 5º, X), “converter em instrumento de diversão ou entretenimento assuntos de natureza tão íntima quanto falecimentos, padecimentos ou quaisquer desgraças alheias, que não demonstrem nenhuma finalidade pública e caráter jornalístico em sua divulgação”.

Para ele, a divulgação de fotos, imagens ou notícias apelativas, injuriosas, desnecessárias para a informação objetiva e de interesse público que acarretem injustificado dano à dignidade humana autoriza a ocorrência de indenização por danos

³ CALDEIRA, João Bernardo. **O mergulho custou caro**. Discussão é antiga: repórteres precisam trabalhar; celebridades não querem aparecer. JORNAL DO BRASIL. Caderno B. Rio de Janeiro, 13 de março de 2005, p.B1



materiais e morais, além do respectivo direito à resposta. Nesta concepção, a celebridade possui a mesma proteção à vida privada que uma pessoa comum.

Vivemos numa sociedade alimentada pela mídia. A celebridade tem seu lugar garantido nos meios de comunicação. A veiculação de matérias acerca da privacidade de pessoas públicas é algo que já está inserido na vida dos indivíduos e não causam nenhuma estranheza conteúdos desse gênero. Mas a mídia, ao trazer ao público matérias que possuem essa angulação, estaria fazendo uso de seu direito constitucional à liberdade de imprensa? Logo, para uma ampla determinação do tema, é necessária uma análise do direito fundamental à liberdade de imprensa.

4 - O direito à liberdade de imprensa sob perspectiva legal

Hoje, com o avanço da tecnologia e o surgimento de novos meios de comunicação, o significado da palavra *imprensa* pode ser estendido para todos os meios de divulgação de informação ao público, seja pelo rádio, televisão e até Internet. O que importa é ser veículo de divulgação de notícias.

O conceito de liberdade de imprensa só pode ser amplamente entendido se compreendido enquanto realização da democracia. Funciona como complemento indispensável da organização do Estado fundado sob o sufrágio. Rui Barbosa ressalta que de todas as liberdades

[...] é a da imprensa a mais necessária e a mais conspícua; sobranceia e reina entre as mais. Cabe-lhe, por sua natureza, a dignidade inestimável de representar todas as outras; sua importância é tão incomparável que, entre os anglo-saxônicos, os melhores conservadores e os melhores liberais do mundo, sempre foi alma gêmea do governo representativo a crença de que não se pode levantar a mão contra a liberdade de imprensa, sem abalar a segurança do Estado. (BARBOSA, *apud* MIRANDA, 1995, p.64)

Sem uma imprensa livre para divulgar opinião e informação, os meios de comunicação perdem parte de sua função. É através da divulgação livre de idéias que a democracia pode ser exercida em sua plenitude.

A importância que se atribui à imprensa é tal que se pode enquadrá-la a categoria de 4º Poder do Estado, em virtude do seu índice de penetração na massa popular e imensa facilidade em construir ou destruir reputações, em estruturar ou desintegrar a sociedade, pelo domínio das consciências, através de notícias e informações honestas ou tendenciosas.

Para Darcy Arruda Miranda (1995, p. 64), a verdadeira missão da imprensa, mais do que a de informar e divulgar fatos, é a de “[...] difundir conhecimentos,



disseminar cultura, iluminar as consciências, canalizar as aspirações e anseios populares, enfim, orientar a opinião pública no sentido do bem e da verdade.”

Diante dos aspectos acima traçados, a questão abordada no presente trabalho se mostra fundamental. A limitação da liberdade de imprensa, com o fim, por exemplo, de proibir a divulgação da vida privada, pode significar uma brecha para outras formas de censura à imprensa. Por isso, a imprensa, para garantir a liberdade de expressão, deve ser a mais livre possível. Qualquer forma ou tentativa de limitação pode vir a ser considerado um crime contra a sociedade, visto que é esta a maior interessada em ter acesso a todas e irrestritas formas e conteúdos informativos. Por outro lado, dar total liberdade para os meios de comunicação definirem seus próprios limites pode ocasionar uma lesão aos outros direitos constitucionalmente garantidos, como é o caso do direito à privacidade.

Assim, pode-se dizer que a liberdade de imprensa, como todo direito, tem seu limite lógico na fronteira dos direitos alheios. Como o próprio artigo 220, parágrafo 1º da Constituição Federal estabelece, nenhuma lei poderá trazer embaraço à plena liberdade de informação jornalística, observada a privacidade, a honra, a intimidade e a imagem das pessoas. Com isso, tem-se expressa reserva legal que autoriza a restrição à liberdade de imprensa visando preservar outros direitos individuais. Há, portanto, uma aparente colisão de interesses entre a informação e a privacidade.

5- A interpretação dos tribunais

Traçado o contexto cultural e legislativo (ou seja, aquilo que a lei determina), é necessário analisar como os operadores do direito têm entendido a questão aqui debatida. A importância dessa breve análise está no fato de que os tribunais são os que mais diretamente lidam com a questão e, de certa forma, são obrigados a solucioná-la.

Um caso emblemático foi aquele em que o cantor Chico Buarque e a atriz Marieta Severo ajuizaram ação de danos morais contra a Bloch Editores S/A e TV Manchete Ltda., que publicou matéria afirmando que o motivo da separação do casal teria sido um caso havido entre Chico e Daniela Mercury. A mesma publicação teria ainda colocado a frase na boca de Chico, dizendo que Daniela Mercury o teria estuprado. A reportagem também faz alusão a um caso de Chico com Maitê Proença, durante uma viagem a Cuba em 1995. O Tribunal, ao fazer a interpretação de tal matéria, considerou-a injuriosa e ofensiva à moral do casal.

Da leitura delas deduz-se que Chico Buarque foi, durante a relação e convívio com Marieta Severo, companheiro infiel, posto que mantinha inúmeros envolvimento com outras mulheres, inclusive algumas referências que são feitas a Chico Buarque, como aquela em que ele afirma que teria sido estuprado por Daniela Mercury, são grosseiras e depõem contra a imagem do casal, que ao longo da relação de quase trinta anos sempre procurou passar a imagem de família bem constituída, vivendo Chico ao lado de Marieta Severo, ambos artistas conceituados do público, ao lado de suas filhas e recentemente do neto. Certo é que sempre passaram a imagem de uma família harmoniosa, com a qual, em absoluto, não combinam os comentários e as referências que são feitas nas reportagens anexadas aos autos. Repita-se que o tom que delas se extrai é extremamente injurioso à imagem que o casal construiu ao longo de trinta anos, põe por terra completamente esse retrato e procura mostrar uma faceta despuorada de Chico Buarque, impondo o vexame de tal situação à companheira. (JURID PUBLICAÇÕES ELETRÔNICAS S/C LTDA, 2005)

No que diz respeito a Marieta Severo, que também foi autora da ação, o Tribunal entendeu que a reportagem também ofendia sua moral e imagem:

A segunda autora sai também atingida em sua imagem, das descrições feitas pela revista, não só por mostrá-la como pessoa extremamente autoritária e que mantinha o companheiro sob severas rédeas, como também, por outro lado, ao ser mostrada como pessoa que era o tempo todo enganada por ele. (JURID PUBLICAÇÕES ELETRÔNICAS S/C LTDA, 2005)

Em primeira instância, os autores tiveram êxito quanto ao pedido de ressarcimento por danos morais que, em sentença, foi arbitrado em 250 salários mínimos para cada um dos autores. Desta decisão, ambas partes apelaram, sendo que, por maioria, a 3ª Câmara Cível negou a apelação interposta por Bloch Editores S/A e TV Manchete e deu provimento parcial ao recurso interposto por Chico Buarque e Marieta Severo, aumentando a indenização (reparação de danos morais) para 500 salários mínimos para cada um dos autores.

O desembargador Humberto Perri divergiu dos demais membros da Câmara e teve seu voto vencido. Ele dava provimento ao recurso da Editora Bloch e TV Manchete alegando que, em se tratando de pessoa famosa, os fatos sobre episódios de suas vidas, bem como, no caso, as razões da separação do casal, não configuram violação à honra e à imagem, tratando-se de notícia de interesse público em geral, posto que a vida de artistas famosos desperta a atenção para detalhes íntimos e, que, portanto, não dão causa à indenização.

Como se vê, no voto do citado desembargador, encontra-se presente a tese também utilizada pelo juiz de Nova York, em 1892, no caso *Schulyler versus Curtis*, de que: “a proteção da intimidade difere quando se trata de pessoas públicas e quando se trata de pessoas privadas”. (FARIAS, 1996, p.115) Assim, a pessoa que voluntariamente se expõe ao público, seja como político ou artista, está também abrindo mão do direito à



privacidade. Na fundamentação do seu voto, o desembargador Perri, no caso de Chico Buarque, faz a análise do conteúdo publicado, e afirma:

Na análise de tais passagens tidas como ofensivas, veio à minha mente um conceito lapidar do eminente Des. Wilson Marques que numa frase traçou a diferença entre o comum dos seres humanos e aqueles que se destacam no meio social: "O preço da fama é a alienação da privacidade" (Apelação nº 5.779/96, 4ª Câmara Cível). (JURID PUBLICAÇÕES ELETRÔNICAS S/C LTDA, 2005)

Afirmou ainda que, como outros meios de comunicação, tais como jornais de renome, publicaram a separação, a privacidade do casal já havia se tornado pública. Logo, a divulgação pela Editora Bloch não trouxe a intimidade dos autores à tona:

Na verdade, as notícias sobre o desenlace daquela união, que, foi estável por 30 anos e que tanto encantou o país, quando se dissolveu dominou a imprensa do Oiapoc ao Chui, servindo como exemplos as publicações de fs". 149 (Gota D'água), 150 (O Globo), 151 (O Globo), 152 (O Globo), 153 e 154 (Jornal do Brasil), 155 (O Globo, Folha de São Paulo e Estado de São Paulo), 156 (Folha de São Paulo) etc. Desnecessário lembrar que o que se publica nesses três segmentos da imprensa brasileira (O Globo, Jornal do Brasil e a Folha de São Paulo) vai tramitar por todo o país lidos que são pela população inteira. Destarte publicar a notícia como fizeram as rés mas sem qualquer palavra ofensiva - há de ser visto como o preço da fama. (JURID PUBLICAÇÕES ELETRÔNICAS S/C LTDA, 2005)

Deste modo, de acordo com o desembargador, não teria que se falar em danos morais, visto que a invasão de privacidade nada mais é do que uma consequência da fama e que, portanto, celebridades devem pagar o preço pelo estrelato - sobretudo o de ter sua intimidade tornada pública.

Já o voto da maioria, em síntese, alegou que, embora Chico e Marieta sejam pessoas famosas e suas vidas tragam curiosidade ao público, que tem desejo por detalhes da separação, não se justifica que tais fatos sejam trazidos à tona. Os episódios não foram reconhecidos como verdadeiros e possuem natureza ofensiva.

Não obstante tenha o público, nos últimos tempos, se acostumado a narrativas acabrunhantes sobre a vida íntima de grandes personagens, como o Presidente dos Estados Unidos, Princesa Diana e outros, o certo é que todos esses episódios resultaram na exposição depreciativa da vida dessas pessoas, que assim tiveram a intimidade exposta completamente e a privacidade de todo anulada. Dúvida não há que existe a curiosidade do público, mas questiona-se a prática de satisfazer por qualquer meio essa curiosidade e da forma que ela é satisfeita tem respaldo legal, ou seja, se pode uma pessoa, a pretexto de ser famosa, ser totalmente exposta e ficar ao desamparo da legislação, que afinal de contas a todos garante a privacidade e a intimidade. (JURID PUBLICAÇÕES ELETRÔNICAS S/C LTDA, 2005)

Assim, no caso de Chico e Marieta Severo, o Tribunal entendeu que o direito à intimidade e à vida privada preponderou sobre o direito à liberdade de imprensa.



Pessoas, sejam famosas ou comuns, teriam direitos iguais e na mesma proporção, no que diz respeito à privacidade.

Contudo, o argumento utilizado pelo desembargador Humberto Perri (a tese de que pessoas famosas estão mais sujeitas a ter sua privacidade invadida e, portanto, não podem almejar uma proteção à intimidade, como as de pessoas comuns, que não estão no estrelato) já sustentou outras decisões judiciais.

Seguindo este mesmo fundamento, o Tribunal do Rio de Janeiro, ao julgar uma apelação cível, em que uma modelo pedia indenização por danos morais e materiais decorrentes de foto publicada sem consentimento (onde divulgava o relacionamento amoroso dela com um tenista) não deu provimento aos danos morais. A justificativa dada pelo desembargador Luiz Felipe Salomão foi de que as pessoas famosas precisam da fama e do prestígio para serem consideradas celebridades, daí sua privacidade não possuir o mesmo resguardo que o de uma pessoa comum:

Dano moral não caracterizado, uma vez que a notícia veiculada não é inverídica e a fotografia apresentada não é vexatória. O grau de resguardo e de tutela das pessoas famosas e notórias não pode ser o mesmo do homem comum, porque a fama e o prestígio são fundamentais às atividades que desenvolvem. (TJ RJ apelação cível **2005.001.20473** DES. LUIS FELIPE SALOMAO - Julgamento: 04/10/2005 - PRIMEIRA CAMARA CIVEL)

Da análise dos julgamentos transcritos acima é possível notar que mesmo os operadores do direito reconhecem que uma celebridade atrai o interesse público por sua privacidade e que no momento em que se expõe à mídia sua vida íntima pode ser alvo de jornalistas – ou seja, este seria o preço a ser pago pela fama. Entretanto, o tema ainda se mostra muito polêmico, o que reflete as divergências de opinião mesmo entre os membros dos tribunais.

6 - Conclusão

O presente trabalho buscou trazer reflexões acerca da mídia e do direito, com foco em como estas áreas do conhecimento estão interligadas, inclusive como possibilidade de solução de conflitos sociais.

O contexto cultural nos aponta para uma realidade não expressa na lei. O culto de celebridades, como produto midiático, revela os interesses da sociedade. A privacidade de pessoas famosas é um dos segmentos do jornalismo (de entretenimento) que mais atrai o público. Sendo assim, a comunicação revela a expressão social e o



interesse por vida íntima de celebridades – tema que, nessa abordagem, seria um interesse coletivo, legitimando, assim, a veiculação de fotos e matérias sobre o assunto.

Assim, embora as leis sejam fixas no tempo, podem ser interpretadas de acordo com aquilo que a sociedade entende por justo. Em outras palavras, as normas devem se adequar ao contexto social, devem refletir a realidade da vida cotidiana. No caso das celebridades, o *boom* de revistas sobre o assunto reflete o contexto cultural de nossa sociedade.

Além disso, não podemos esquecer que uma celebridade, muitas vezes, só possui este *status* porque está mais exposta à mídia. Ou seja, ela depende desta mesma exposição para se tornar uma pessoa famosa. Logo, o recurso à Justiça somente seria de fato necessário caso a notícia veiculada tivesse caráter de calúnia e difamação (inverdades). Afinal, a obrigação de todo jornalista, no exercício da liberdade de expressão, é buscar a verdade.

Assim, a pessoa que, por se expor à mídia, goza de fama, deve saber que sua vida privada é um assunto que atrai o interesse da massa e reivindicá-la pode, até, ser visto como uma atitude oportunista (ela só pede a proteção da privacidade quando lhe interessa, ou quando a divulgação lhe ofende, caso contrário aproveita da exposição de sua vida para fazer fama).

Exemplificando: quantas vezes já nos deparamos com um artista ou cantor que “abre as portas” de sua casa para mostrar como vive, o que faz na sua intimidade? Ou aquele que vai a programas de auditório para participar de quadros do tipo “Arquivo Confidencial”, nos quais detalhes de sua vida íntima são lançados ao público e sempre terminam por fazer as celebridades chorarem?

Entretanto, ao defender que o direito à privacidade de celebridades não pode ser igual ao de pessoas não expostas à mídia não quer dizer que a devassa da vida íntima esteja totalmente autorizada. Tudo dependerá de como determinada celebridade interage com os meios de comunicação e, até, usufrui dos meios de comunicação para adquirir sua fama. Ou seja, a resolução de tal conflito está diretamente vinculada ao interesse público e à própria celebridade e sua relação com a mídia.

Referências bibliográficas

BRASIL. **Constituição** (1988). Organizador Yussef Said Cahali. 6ed. São Paulo: RT, 2004



FARIAS, Edilsom Pereira de. **Colisão de direitos**: a honra, a intimidade, a vida privada e a imagem *versus* a liberdade de expressão e informação. 1. ed. Porto Alegre: Sérgio Antônio Fabris Editor, 1996.

CALDEIRA, João Bernardo. **O mergulho custou caro**. Discussão é antiga: repórteres precisam trabalhar; celebridades não querem aparecer. JORNAL DO BRASIL. Caderno B. Rio de Janeiro, 13 de março de 2005, p.B1

JURID PUBLICAÇÕES ELETRÔNICAS S/C LTDA. Jurid XP.14.ed. Bauru,2005. 1. CD-ROM

LEYSER, Maria Fátima Vaquero Ramalho. **Direito à liberdade de imprensa**. 1.ed. São Paulo: Editora Juarez de Oliveira, 1999.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 1. ed. São Paulo: Cultrix,1964.

MIRANDA, Darcy Arruda. **Comentários à lei de imprensa**. 3 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1995

MORAES, Alexandre de. **Direitos Humanos Fundamentais**: Teoria Geral, comentários aos arts. 1º a 5º da Constituição da República Federativa do Brasil, doutrina e jurisprudência. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no séc. XX**: o espírito do tempo. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1975.

SCHWARTZ, Vanessa R; CHARNEY, Leo (Org.). **O cinema e a invenção da vida moderna**. 1. ed. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 2001.

TJ RJ apelação cível **2005.001.20473** DES. LUIS FELIPE SALOMAO - Julgamento: 04/10/2005 - PRIMEIRA CAMARA CIVEL – Disponível em: www.tj.rj.gov.br