

Ataque aos blogs

Cresce a onda de processos judiciais contra blogueiros

Por Socorro Macedo, do site Bites (www.bites.com.br)

Uma disputa paroquial entre o cartola responsável pela entidade que reúne os clubes da Série B do futebol brasileiro e dois blogs pernambucanos deve ser vista como um fenômeno que começa a tomar conta do país.

José Neves Filho, dono de um currículo de ex-vereador da capital pernambucana, ex-presidente de um dos maiores times do estado e atualmente presidente da Futebol Brasil Associados (FBA), partiu para o ataque contra os blogs O Santinha e Acerto de Contas. Neves quer silenciá-los.

O Santinha (www.blogdosantinha.com) produzido por dois jornalistas e torcedores fanáticos do Santa Cruz irritou o ex-político ao tomar partido da vitoriosa oposição na última eleição para diretoria do clube e abrir espaço para os críticos da administração de Neves e seus sucessores no clube. O Acerto de Contas foi mais longe ao analisar a relação entre política e futebol em Pernambuco e criticar cartolas que tentam conquistar mandatos com a ajuda da torcida do seu time.

Neves não gostou dos comentários feitos pelos leitores dos blogs e muito menos dos textos publicados. Ele não quis nem negociar e foi direto ao ponto. Entrou na Justiça com um pedido de suspensão do O Santinha — algo complicado de acontecer porque o blog está hospedado em um serviço no exterior, o Dreamhost e exige uma indenização de R\$ 100 mil contra os jornalistas Samarone Lima e Inácio, responsáveis pelo blog.

“O meu cliente é constantemente classificado de ladrão, fraudador e bandido sem uma única prova real”, afirma João Marcelo Neves, advogado de acusação. “Já era hora de parar com tanta inverdade.” Neves diz que seu próximo alvo será o blog Acerto de Contas e continuará na sua cruzada contra aquilo que classifica como calúnia, injúria e difamação.

“Não há uma intenção de denegrir a imagem de ninguém, a idéia é exaltar o clube. As referências feitas são meramente ocasionais e contextuais, típicas de um blog que se destina a crônicas, opiniões, desabafos e comemorações sobre o Santa Cruz Futebol Clube e a torcida coral, como o site próprio indica”, diz Paulo Araújo, advogado do O Santinha.

O caso de Recife mostra apenas que os blogueiros podem ter de enfrentar pesadas multas e a própria Justiça se insistirem no seu princípio maior de emitir opiniões sem olhar a direção do alvo. “Os blogs podem ser a vanguarda da liberdade de expressão”, afirma com certo exagero Manoel Netto, editor do Tecnocracia (www.tecnocracia.com.br) e um dos nomes mais influentes da blogosfera nacional. “Qualquer tentativa de silenciá-los será um abuso de poder.”

Com o prosseguimento de sua ação, José Neves vai entrar numa galeria de personalidades, como o próprio José Sarney, a modelo Daniela Cicarelli, Rubens Barrichello que tentaram impedir críticas, divulgação de imagens e a criação de comunidades com seus nomes no mundo digital. Barichello exigiu do Google, por exemplo, a retirada de todas as comunidades do Orkut com críticas ao seu desempenho nas corridas de Fórmula 1. Só saíram as negativas, as comunidades positivas ficaram no ar, mas o efeito não adiantou ainda hoje é possível encontrar gente falando mal do Rubinho.

O mesmo acontece com Cicarelli que tentou, em vão, suspender a divulgação do seu vídeo de peripécias sexuais com o namorado numa praia espanhola. Contratou advogado, chamou o oficial de Justiça e os arquivos continuam sendo acessados em todo o mundo. Essas ações parecem ser irrelevantes porque a capacidade de propagação dos conteúdos gerados pelo consumidor é muito mais rápida do que qualquer oficial de Justiça.

Fonte: Consultor Jurídico, 05.10.2007.

Álcool e Mídia – Efeitos malignos e o direito à informação

Aldir Guedes Soriano

A saúde é um dos direitos sociais assegurados na Constituição Federal de 1988 (art. 6º). Por isso, a sociedade tem o direito de receber informações acerca de todos os avanços científicos disponíveis nessa área tão importante para a cidadania. São razoavelmente conhecidos os efeitos deletérios do álcool em acidentes automobilísticos, assim como agente de desestruturação familiar. Entretanto, poucos estão cientes dos danos que as bebidas alcoólicas podem causar à saúde humana. Segundo recentes documentos divulgados pela Agência Internacional para a Pesquisa do Câncer (International Agency for Research on Cancer – IARC), existe uma correlação entre a ingestão de etanol e o aparecimento de tumores malignos na cavidade oral, faringe e laringe. Em outras palavras, o consumo de bebidas alcoólicas pode provocar câncer. Estudos demonstraram que a cerveja, o vinho e as bebidas alcoólicas fortes estão mais fortemente associados ao aparecimento de cânceres na cabeça e pescoço. Com o objetivo de inibir o consumo de bebidas alcoólicas, os cientistas estão sugerindo à Organização Mundial da Saúde – OMS a colocação de advertências ao consumidor nos rótulos das garrafas, à semelhança do que é feito nas embalagens de cigarros. A indústria do setor não está gostando da idéia e já passou a pressionar o governo brasileiro no sentido de que tal medida acarretaria prejuízos econômicos e diminuição na arrecadação de impostos.

É preciso considerar que o art. 37 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor – CDC proíbe toda publicidade enganosa ou abusiva. A informação clara e adequada sobre produtos e serviços é um dos direitos básicos do consumidor. Entretanto, são comuns os apelos no sentido de que o vinho faz bem à saúde. Assim, as pessoas são induzidas a pensar que o álcool faz bem para a saúde. Segundo a tese de doutorado desenvolvida por Silmara Regina Coimbra, na Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo – USP, o suco de uva possui a mesma propriedade vasodilatadora do álcool, sem os inconvenientes deste. Tal efeito vasodilatador auxilia na prevenção de eventuais doenças cardíacas. Então, na verdade, o que faz bem mesmo e não tem contra-indicação é o consumo do puro suco de uva, ou seja, um dos elementos naturais encontrados na fruta.

A União Européia tem se preocupado com as mensagens enganosas ou exageradas na publicidade dos alimentos, conforme noticiado pelo jornal espanhol El País em 01.02.2007. Por determinação de uma normativa européia, as bebidas alcoólicas com graduação superior a 1,2% não mais poderão ser apresentadas como saudáveis. De acordo com essa normativa, a mídia também não poderá anunciar que a ingestão de vinho é benéfica ao bom funcionamento do coração. Essa exemplar restrição à publicidade enganosa é válida para os 27 países que fazem parte da organização internacional conhecida como União Européia.

Segundo pesquisa da Universidade Federal de São Paulo – Unifesp, as regras do Código Brasileiro de Auto-Regulamentação do Conar (www.conar.org.br) são, em grande medida, violadas pelas propagandas brasileiras de cerveja. Na avaliação realizada por adolescentes, 12 regras foram violadas. Entre as tais, verificaram-se o incentivo abusivo e irresponsável do álcool e apelos à sensualidade (sexo). Outro dado relevante em relação aos hábitos da população brasileira em face do consumo de etanol foi divulgado pela Secretaria Nacional Antidrogas – Senad. Segundo levantamento da Senad, 25% da população consome bebidas alcoólicas em excesso.

Após uma série de audiências públicas, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária – Anvisa deverá baixar, nos próximos meses, uma resolução proibindo a veiculação de propagandas de cerveja na televisão, no horário das 8 às 20 horas, com o fim de proteger o público infante-juvenil, mais vulnerável à influência da mídia. O interesse da indústria de bebidas alcoólicas não pode ser colocado acima dos direitos do consumidor, relacionados com o acesso à informação segura.

Fonte: Consulex, 02.10.2007.