

JOÃO CARLOS CORREIA (ORG.)

COMUNICAÇÃO E POLÍTICA



ESTUDOS EM COMUNICAÇÃO
UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR

Série - Estudos em Comunicação

Direcção: António Fidalgo

Design da Capa: Jorge Bacelar

Edição e Execução Gráfica: Serviços Gráficos da Universidade
da Beira Interior

Tiragem: 300 exemplares

Covilhã, 2005

Depósito Legal N° 230276/05

ISBN – 972-8790-34-1

Apoio:

FCT Fundação para a Ciência e a Tecnologia

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR

Programa Operacional Ciência, Tecnologia, Inovação do III Quadro
Comunitário de Apoio

ÍNDICE

Apresentação, <i>João Carlos Correia</i>	7
Mídia, cultura e eleições presidenciais no Brasil contemporâneo, <i>Antonio Albino Canelas Rubim e Leandro Colling</i>	11
O jornalismo e o sistema político: audiências e manipulação, <i>João Carlos Correia</i>	45
Cataclismos e catástrofes: reflexões acerca da relação entre sistema político e sistema mediático, <i>J. Paulo Serra</i> ..	63
Blogues políticos em Portugal: o dispositivo criou novos actores?, <i>João Canavilhas</i>	85
A pressão política sobre os líderes de opinião – A luta pela soberania do tempo, <i>Isabel Salema Morgado</i>	115
Democracia deliberativa e reconhecimento: repensar o espaço político, <i>Maria João Silveirinha</i>	147
O triângulo bloqueado: media, política e cidadãos na democracia local, <i>José Ricardo Carvalheiro</i>	181
El formato del noticiario televisivo como discurso de representación de las identidades, <i>Enric Saperas</i>	203

APRESENTAÇÃO

A problemática das relações entre comunicação e política é de grande pertinência: cruza-se com o cerne da modernidade, a propósito de questões tão diversas como sejam a legitimidade do poder, as relações entre público e privado, o segredo de Estado e o consentimento dos governados. Por outro lado, surge envolta na necessidade de uma reflexão urgente: as democracias liberais convivem diariamente com uma indefinição quase estrutural dos limites atribuídos aos papéis a desempenhar seja pelos políticos seja pelos *media*. Essa indefinição gera momentos de perplexidade e zonas de sombra que reclamam por estudo e aprofundamento de conceitos.

Em Portugal, verifica-se a ausência de uma área de investigação que especificamente assuma a problemática da Comunicação e Política nos fóruns que geralmente se dedicam aos estudos comunicacionais. Apesar de tudo, o tema dissemina-se por vários projectos, linhas de investigação e grupos de trabalho. Pretende-se, assim, lançar os primeiros passos no cruzamento destas áreas de investigação e aprofundar ou, nalguns casos, gerar quer o intercâmbio entre investigadores portugueses quer com comunidades científicas congêneres de outros países.

Este livro analisa diversas perspectivas sobre as relações entre o sistema político e o sistema mediático por impacto dos *media* quer nos processos eleitorais quer nos processos de decisão política quer, ainda, nos processos de formação da opinião pública. Nestas áreas de reflexão se inserem os textos de Albino Canelas Rubim (Universidade Federal da Bahía), sobre “*Media, cultura e eleições presidenciais no Brasil Pós-Ditadura*”, Paulo Serra (Universidade da Beira Interior) sobre “*Cataclismos e catástrofes: reflexões acerca*

da relação entre sistema político e sistema mediático”, e João Carlos Correia (também da Universidade da Beira Interior) sobre *“Os media e o sistema político: audiências e manipulação”*.

A obra “Comunicação e Política” debruça-se sobre a nova realidade da blogosfera, através do texto de *João Canavilhas (Universidade da Beira Interior) sobre “Blogues Políticos em Portugal”*. Escrutina a problemática das identidades através do texto de Enric Saperas (Universidad Rei Dom Juan Carlos) intitulado *“El formato del Noticiário Televisivo como discurso de representación de de las identidades”* e do texto de Maria João Silveirinha (Universidade de Coimbra) sobre *“Democracia Deliberativa e Reconhecimento: Repensar o Espaço Público”*. Reflete acerca dos processos de liderança de opinião com o texto de Isabel Salema Morgado (do Instituto de Filosofia da Linguagem da Universidade Nova de Lisboa) intitulado *“A pressão política sobre os líderes de opinião”*. Debruça-se, ainda, sobre a dimensão regional dos sistemas de comunicação política com o texto de José Ricardo Cavalheiro (Universidade da Beira Interior/Laboratório de Comunicação e Conteúdos On-line) com o texto *“O triângulo bloqueado – Média, política e cidadãos na democracia local”*.

Este livro tem as qualidades e fraquezas do pioneirismo. Reflete um certo tactear da investigação portuguesa nos domínios da Comunicação e Política. Porém, assume a tentativa de fazer algo de novo, sabendo que possui como bons trunfos a excelência de colegas que já percorreram percursos mais aprofundados, noutra latitudes geográficas. O organizador deseja agradecer a todos os participantes na obra e nas Jornadas para as quais estes ensaios foram, em primeira mão, produzidos. Sublinha o empenhamento e qualidade dos ilustres convidados nacionais e estrangeiros e manifesta o desejo de se esteja perante um contributo para a organização de uma importante área de estudos em torno

da Comunicação e Política. Em torno desta obra e das Jornadas que a precederam já se avançou para uma sessão temática de Comunicação e Política no âmbito da SOPCOM. Espera-se que outras ideias se concretizem. O organizador deseja ainda agradecer o habitual empenho e competência dos Serviços Gráficos da UBI e dos Serviços Técnicos de Apoio, nomeadamente nas pessoas da Dr.^a Mércia Cabral Pires, Dr. Victor Tomás e Sr. José Rogeiro.

João Carlos Correia

MÍDIA, CULTURA E ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS NO BRASIL CONTEMPORÂNEO*

Antonio Albino Canelas Rubim e Leandro Colling**

Resumo: O texto analisa as relações entre mídia, cultura e eleições presidenciais realizadas no Brasil contemporâneo (1989, 1994, 1998 e 2002). Destina-se especial ênfase às interações entre os campos político e midiático, inscritos nos contexto societário e cultural. Busca-se refletir sobre as mutações dos dispositivos presentes e das estratégias desenvolvidas em cada um dos experimentos eleitorais. Tais episódios estão sempre contextualizados na circunstância de uma sociedade ambientada pela comunicação e nas diferentes conjunturas vivenciadas pelos atores políticos em disputa.

Analisar as relações existentes entre mídia, cultura e eleições presidenciais no Brasil contemporâneo, entendido como momento pós-ditadura (1985 em diante), significa de antemão pensar a realização destas interações em uma

* - Este texto é uma versão ampliada e atualizada do artigo: RUBIM, Antonio Albino Canelas e COLLING, Leandro. Mídia e Eleições Presidenciais no Brasil Pós-Ditadura. In: *Diálogos de la Comunicación*. Lima, (69):74-87, 2004.

** - Antonio Albino Canelas Rubim é Professor Titular e Diretor da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Ex-Presidente da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – COMPÓS. Professor do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da UFBA. Pesquisador do CNPq. E-mail: rubim@ufba.br. Leandro Colling é Doutorando na Faculdade de Comunicação da UFBA e Professor da Faculdade Social da Bahia. E-mail: colling@ufba.br.

sociedade ambientada pela comunicação, em especial, pelo seu formato mídia.

O imprescindível tema da incidência da comunicação na sociabilidade e das modalidades de sua conexão com a contemporaneidade tem mobilizado um plural e dissonante núcleo de pensadores da atualidade, pertencentes ou não na área de estudos das teorias da cultura e da comunicação. Não parece ser mera coincidência a recorrência a expressões como: “Aldeia Global” (McLuhan), “Era da Informação” ou “Sociedade Rede” (Manuel Castells), “Sociedade Informática” (Adam Schaff), “Sociedade da Informação” (David Lyon, Krishan Kumar, dentre outros), “Sociedade Conquistada pela Comunicação” (Bernard Miège), “Sociedade da Comunicação” ou “Sociedade dos Mass Media” (Gianni Vattimo), “Sociedade da Informação ou da Comunicação” (Ismar de Oliveira Soares), “Sociedade Media-Centric” (Venício Artur de Lima), “Capitalismo de Informação” (F. Jameson) e “Planeta Mídia” (Dênis de Moraes).

Todas estas denominações, entre muitas outras possíveis, têm sido insistentemente evocadas para dizer o contemporâneo. Para além das nomeações, o persistente trabalho de fazer e desfazer as articulações entre a atualidade, a situação presente do capitalismo, o mal-estar da modernidade e o ambiente cultural e comunicacional sistematicamente tem animado uma plêiade de autores, bastante díspares, sejam eles modernos, pós-modernos ou neomodernos; integrados ou críticos.

Apesar desta diversidade de concepções teóricas e ideológicas, um dado comum aparece como fundamental para a investigação e para este novo enquadramento dos estudos: a compreensão da contemporaneidade como uma sociedade estruturada e ambientada pela comunicação, como uma verdadeira “Idade Mídia”, em suas profundas ressonâncias sobre a sociabilidade contemporânea em seus diversos

campos, em especial sobre os campos da cultura e da política, e, neste último caso, sobre seu singular momento eleitoral¹.

Dentre as alterações mais impactantes do campo midiático no campo da política têm-se a presença cada vez mais potente de um novo ator político: a mídia e seu campo específico. O papel desempenhado pela mídia enquanto ator político na contemporaneidade não pode hoje ser desconsiderado em nenhum estudo rigoroso do tema das eleições. Mas a relevante presença da mídia como novo e potente ator político, que busca interferir nos pleitos eleitorais, não pode obscurecer um outro componente introduzido pelo campo midiático no processo político e eleitoral na atualidade.

Trata-se, sem mais, da inauguração de um novo cenário social para a disputa política e eleitoral: o espaço eletrônico, conformado pelas mídias em rede. Este novo cenário obriga a política e as eleições a se deslocarem das ruas, praças, parlamentos etc. – ou seja, dos espaços geográficos tão característicos da modernidade – para as telas, tomadas como metáforas de espaços eletrônicos. Elas se tornam, nos países instalados em uma contemporaneidade de circunstâncias societárias ambientadas pela comunicação, os lugares por excelência da luta política e eleitoral. A rigor, a política e as eleições acontecem na atualidade privilegiadamente em espaços eletrônicos, mas não exclusivamente nestes espa-

¹ - Para uma análise mais detalhada da nova circunstância sócio-comunicacional contemporâneo, aqui nomeada de Idade Mídia, ver: RUBIM, Antonio Albino Canelas. *La contemporaneidad como edad-media*. In: NAVARRO, Raúl Fuentes e LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (orgs.) *Comunicación. Campo y objeto de estudio*. México, Iteso/Universidade Autónoma de Aguascalientes/Universidade de Colima, 2001, p.169-181. Para uma visão mais abrangente da interface comunicação e política na contemporaneidade, consultar: RUBIM, Antonio Albino Canelas (org.) *Comunicação e Política: conceitos e abordagens*. Salvador / São Paulo, Editora da UFBA / Editora da UNESP, 2004.

ços. Como acontece com a vida e a cultura contemporâneas, a política e as eleições habitam o lugar, configurado na interface entre a tela e a rua² e nomeado de contemporaneidade. Propõe-se, por conseguinte, que a sociabilidade contemporânea consubstancie sua singularidade exatamente através da conjunção entre espaços geográficos e eletrônicos; convivências e televivências (vivências à distância possibilitadas pelas redes); global e local, tão bem captado pela noção síntese glocal e, enfim, entre realidade contígua e telerrealidade.

Instalada nesta sociabilidade contemporânea, a sociedade brasileira, ambientada pela comunicação, desenvolveu modalidades atualizadas de conexão entre os campos da política e da mídia, em especial em seus momentos eleitorais, desde o final da Ditadura Militar (1964-1984), pois ela interditou a plena expressão das possibilidades e interações contemporâneas entre política e mídia.

Antes de passar a análise específica dos enlaces entre mídia e eleições presidenciais no Brasil recente, cabe destacar, ainda que tangencialmente, outra dimensão que deve ser considerada com a devida atenção: a singularidade das eleições nas (inter)relações entre comunicação e política. Isto é, torna-se necessário assimilar que as eleições são um momento altamente singular de estudo das interações entre comunicação e política³. Tal singularidade deriva das caracte-

² - A idéia da contraposição entre tela e praça é uma inspiração livre tomada do seguinte texto: MATA, Maria Cristina. Entre la Plaza e la Platea. In: SCHMUCLER, Héctor e MATA, Maria Cristina (orgs.) *Política y Comunicación*. Buenos Aires, Catalogos, 1992, p.61-76.

³ - Para uma análise mais apurada do tema, consultar: RUBIM, Antonio Albino Canelas. Nuove configurazioni delle elezioni nell'Età dei Media in Brasile. In: BECHELLONI, Giovanni e LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (orgs.) *Dal controllo alla condivisione. Studi brasiliani e italiani sulla comunicazione*. Bolonha, Mediascape, 2002, p.167-182.

terísticas marcantes das eleições. Elas são um rito periódico e complexo, instituído de modo significativo a partir da modernidade, através do qual a sociedade democrática, no caso de eleições competitivas: legitima seu sistema político; escolhe seus governantes – do poder executivo e legislativo e, por vezes, do judiciário – e seus programas de governo; dá acesso ao poder e recursos iniciais de governar, ainda que a governabilidade para todo o mandato tenha que ser disputada de modo cotidiano; continuamente redistribui o poder político na sociedade e renova o pacto político entre representados e representantes; oxigena o sistema político; amplia o campo da política para além dos políticos profissionais, através da solicitação, própria das eleições, de participação do cidadão como votante – cidadão que delega poder – ou militante, que atua nas campanhas; aceleram a política, instituindo um tempo concentrado e veloz para decisões relevantes. Enfim, as eleições propiciam uma maior visibilidade social à política, através de dispositivos próprios do campo político.

Não é estranho, nem casual, que o episódio eleitoral seja muitas vezes traduzido como festa e/ou solenidade, como cerimônia que, tendo um grau de excepcionalidade, requer ser vivida de maneira diferente da vida política ordinária. Este caráter festivo ou solene apenas torna manifesto a singularidade das eleições como momento especial da política, como episódio extraordinário distinto da dia-a-dia cotidiano da política.

Compreender as eleições como “tempo da política”, como sugerem Moacir Palmeira e Beatriz Heredia ao recorrer à expressão muitas vezes utilizada pela população brasileira para designar este momento, não parece algo despropositado⁴. Antes pelo contrário, tanto a utilização popular, quanto

⁴ - PALMEIRA, Moacir e HEREDIA, Beatriz. Os comícios e a política das facções. In: *Anuário Antropológico / 94*. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1995.

a assimilação acadêmica da expressão “tempo da política” retém, de modo sutil, os distintos e significativos modos sociais dos cidadãos perceberem e experienciarem a política. Aparentemente ausente da vida cotidiana e ordinária da população, a política parece apenas se tornar presente na vida dos cidadãos no momento eleitoral, confirmando o caráter extraordinário e singular assumido pelo momento eleitoral para a vida política.

Acontece que esse momento singular da política denominado eleição, devido a sua repetição ritual, nas democracias, tende a naturalizar o ato de votar, apagando seu caráter de construção, engendrada historicamente. Michel Offerlé, em seu texto *Le Vote comme Evidence et comme Énigme*, perspicazmente assinalou como a disposição de votar nada tem de natural, sendo uma complexa invenção societária, que requer um conjunto de predisposições, valores e práticas, longamente constituídas⁵.

Aliás, a continuada repetição histórica dos procedimentos eleitorais, característica própria e imanente dos regimes democráticos, tende não só a fazer esquecer a historicidade do ato de votar, mas a um processo que pode ser preocupante para a política representativa: uma banalização e um desinteresse pelo dispositivo eleitoral. Assim, a naturalização do momento eleitoral funciona nas democracias como uma contra-tendência nada desprezível à afirmação das eleições como um momento singular da política moderna e contemporânea.

⁵ - Consultar Também sobre o assunto: GOLDMAN, Márcio e SANT'ANNA, Ronaldo dos Santos. Elementos para uma análise antropológica do voto. In: PALMEIRA, Moacir e GOLDMAN, Márcio (orgs.) *Antropologia, voto e representação política*. Rio de Janeiro, Contra Capa Livraria, 1966, p.13-40.

Cultura e Idade Mídia no Brasil

As novas configurações culturais, políticas e eleitorais que emergiram nos anos 50 e 60 nos EUA e, posteriormente, na Europa, não se desenvolveram no Brasil neste mesmo período. A Ditadura Militar, imposta em 1964, como já anotado, interditou tal processo, através da repressão e censura políticas. Cabe, entretanto, lembrar que a ditadura não teve apenas esta postura de negação da cultura, sempre lembrada devido a sua brutalidade e violência. Ela também teve iniciativas no campo da cultura, implantando uma política cultural autoritária⁶ e buscando criar os alicerces sócio-tecnológicos para o desenvolvimento da mídia, em uma lógica de indústria cultural no país. Por conseguinte, começa a conformar uma situação de Idade Mídia no Brasil⁷.

Tais iniciativas, muitas vezes esquecidas, visavam a integração do país, estando subordinadas às preocupações inerentes à denominada Ideologia da Segurança Nacional, conjunto de idéias que inspiraram a construção do Estado policial atento aos seus “inimigos” internos e externos. Elas buscavam fortalecer o controle e a dominação ideológica do país, além de desenvolver uma produção e distribuição de bens culturais, sob a égide do mercado capitalista. Assim, o desenvolvimento de um verdadeiro sistema nacional e integrado de comunicações acontece “... a partir do surgimento das redes – *networks* – de televisão, e isso já no início da década de 1970”⁸.

⁶ - MICELI, Sérgio (org.) *Estado e cultura no Brasil*. São Paulo, Difel, 1984.

⁷ - Ver: RUBIM, Antonio Albino Canelas. Democracia, cultura e comunicação no Brasil. In: *Intercom. Revista Brasileira de Comunicação*. São Paulo, (53):51-58, julho a dezembro de 1985.

⁸ - LIMA, Venício. Os mídia e a política. In RUA, Maria das Graças e CARVALHO, Maria Isabel V. de (orgs.) *O estudo da política*. Brasília, Paralelo 15 Editores, 1998, p.210.

O contraste entre o desenvolvimento de uma sociedade ambientada pela mídia no Brasil e a brutal interdição da política transitar em plenitude no país, inclusive na mídia, impede o florescimento do processo de mutações no âmbito das configurações da política e das eleições e também o aparecimento no país de estudos de comunicação e política. Desse modo, a seguinte observação pode ser facilmente formulada:

Este impedimento da política livremente se realizar na sociedade e em seus novos espaços (virtuais) de sociabilidade, engendrados pelas mídias, determinou, por conseguinte, que a eclosão significativa desta temática de estudos guardasse uma íntima conexão com a redemocratização do país e, em especial, com os embates eleitorais, que, neste novo contexto, se realizam em uma sociedade na qual a comunicação se tornou ambiente constitutivo da sociabilidade⁹.

A eleição para presidente em 1989 torna-se emblemática destas novas configurações da política. Na campanha pelas Diretas Já, em 1984, e nas eleições que se seguem ao fim da ditadura, em 1985 e 1986, experimentos começam a ser engendrados, mas a eleição presidencial de 1989 pode ser tomada, para efeito de demarcação de fronteiras, como episódio cultural inaugurador das novas configurações da política e das eleições no país ¹⁰, devido à potência prove-

⁹ - RUBIM, Antonio Albino Canelas e AZEVEDO, Fernando Antonio. Mídia e política no Brasil: textos e agenda de pesquisa. In: *Lua Nova*. São Paulo, (43): 189-216, sendo a citação da página 189. Neste artigo encontra-se vasta bibliografia sobre o tema da mídia e política no país.

¹⁰ - Para uma visão de algumas campanhas eleitorais já reconfiguradas anteriores a 1989, consultar: CARVALHO, Rejane. *Transição democrática brasileira e padrão midiático publicitário da política*. Campinas, Pontes/UFC, 1999.

niente de seu caráter simultaneamente nacional e inovador.

Para uma rápida demonstração das diferenças inscritas e manifestas no processo eleitoral, basta comparar a eleição de 1989 à última eleição livre para presidente acontecida antes da instalação da ditadura militar. Em uma perspectiva sócio-cultural, entre o Brasil de 1989 e o de 1960, há diferenças profundas. No país de 1960, apenas 30% da população vivia nas cidades; existiam poucas estradas nacionais; a precariedade dos transportes e das telecomunicações dificultava a interação entre cidades e regiões do país; os jornais, o rádio (com algumas exceções, como a Rádio Nacional do Rio de Janeiro) e a televisão funcionavam como veículos eminentemente locais; as transmissões televisivas se restringiam a oito capitais (São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife, Salvador, Fortaleza e Curitiba), com 18 emissoras e “cerca de 100 mil aparelhos no Rio e São Paulo”¹¹ e os circuitos culturais erudito – altamente restrito – e popular eram, em termos sociais, muito distanciados, com débeis pontos de interlocução.

Vinte anos depois, em 1980, a população já se tornara majoritariamente urbana (67%). A população economicamente ativa tinha quase duplicado (93%), enquanto que o setor secundário da economia cresceu 263% e o terciário 167%, tornando o Brasil um país urbano, industrial e de serviços¹². Agora no país existiam 235 emissoras de televisão, 25 milhões de receptores, cinco redes nacionais e 94% da população estava potencialmente atingida pela televisão¹³.

¹¹ - FEDERICO, Maria Elvira B. *História da comunicação – rádio e tv no Brasil*. Petrópolis, Vozes, 1982, p. 85.

¹² - Dados retirados de: GUIMARÃES, César e VIEIRA, Roberto Amaral A. Meios de comunicação de massa e eleições (um experimento brasileiro). In: *Comunicação & Política*. Rio de Janeiro, 2(9):147-158, 1988.

¹³ - RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Mídia e política no Brasil*. João Pessoa, Editora da UFPB, 1999, p.16.

Pesquisas, com amostragem nacional, realizadas em 1989 e 1990 indicam que 86% e 89% dos entrevistados, respectivamente, tomavam conhecimento dos acontecimentos políticos através da televisão¹⁴. A cultura midiática, portanto, tinha se tornado o circuito cultural dominante e integrava simbolicamente parcela cada vez mais substantiva da população, tornando o futebol, a música e a telenovela, signos potentes desta integração e de uma cultura compartilhada pelos brasileiros¹⁵.

Outros dados também podem mostrar a imensa transformação da cultura política e das eleições. Em 1960, votaram cerca de 15 milhões de pessoas, na época 20% dos brasileiros, pois analfabetos, soldados e jovens entre 16 e 18 anos não votavam. Em 1989, cerca de 82 milhões foram às urnas, algo em torno de 60% da população, quase dois terços deles semi-analfabetos ou analfabetos¹⁶.

Nestas circunstâncias tão distintas, as campanhas também sofreram mutações e aconteceram em formatos muito diferenciados. Em 1960, ela se pautou pelos espaços geográficos, apesar das dificuldades e das dimensões continentais do país: comícios, caravanas, visitas, passeatas, contato direto com os eleitores marcaram as campanhas presidenciais de Jânio Quadros e Henrique Lott. A disputa eleitoral se fazia centralmente nas ruas, praças, auditórios e parlamentos. A precária mídia de então – com o rádio, principalmente, e a imprensa escrita à frente – apenas noticiava e realizava a cobertura jornalística da campanha, primordialmente acontecida nos espaços geográficos. Inexistia

¹⁴ - MÓISES, José Álvaro. Democratização e cultura política de massa no Brasil. In: *Lua Nova*. São Paulo, (26):24, 1992.

¹⁵ - Sobre o tema, consultar: RUBIM, Antonio Albino Canelas e RUBIM, Lindinalva. Televisão e políticas culturais no Brasil. In: *Revista USP*. São Paulo, (61):16-29, março/abril/maio de 2004.

¹⁶ - RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Mídia e política no Brasil...*p. 16.

o horário eleitoral de propaganda gratuita nos meios eletrônicos e a propaganda eleitoral paga era aceita nos meios impressos.

Já em 1989, o horário eleitoral gratuito tornou-se a vedete e o eixo da campanha, associado às sondagens, ao marketing e aos debates eleitorais. Os comícios, as passeatas, as caravanas, as carreatas e o contato direto com os eleitores também aconteceram, mas agora em outra conjunção de formatos e de sentidos. A interação entre a tela e a rua marcou com intensidade o retorno da escolha direta de presidente da República. Essa interação existente entre tela e rua, no entanto, não impediu que, em razoável medida, os acontecimentos políticos gerados na tela não fossem apenas coberturas e ampliações daqueles acontecidos nas ruas.

Em suma: não só a tela ganhou centralidade na campanha em relação à rua, como também passou a ser um espaço social (ainda que eletrônico) de produção de fatos político-eleitorais essenciais para a campanha, muitos deles sem qualquer dependência frente aos acontecimentos da rua. As interações entre tela e rua se tornam complexas, com muitas possibilidades de enlace. As campanhas e as eleições tinham sofrido uma vigorosa mudança, assim como ocorrera com o país.

A eleição presidencial de 1989 aconteceu como procedimento isolado, sem a realização de escolhas simultâneas para outros cargos, o que certamente potencializou o poder acionado pela mídia e deprimiu ainda mais a intervenção do campo político, não envolvido em plenitude no procedimento eleitoral. Apesar disto, a politização da eleição foi muito significativa¹⁷.

¹⁷ - Sobre a comparação entre as eleições de 1960 e 1989, ver RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Mídia, dimensão pública e eleições presidenciais*. In: _____. *Mídia e política no Brasil...*p.15-36 e LIMA, Venício. ob. cit. p.210-214, especialmente.

A política e os processos eleitorais podem ser estudados em diferentes angulações e pelo acionamento de uma multiplicidade de procedimentos metodológicos. Refletir sobre as iniciativas e atitudes, complementares ou conflituosas, ensejadas pelos campos da política e da mídia nos momentos eleitorais emerge, sem dúvida, como um dos temas e uma das possibilidades analíticas mais interessantes para iluminar as contemporâneas relações existentes entre estes dois campos sociais¹⁸.

A preocupação de compreender os imbricamentos, as sintonias e os confrontos entre estes campos têm relevância evidente quando se quer refletir acerca das novas configurações da política e das eleições, mais especificamente, em uma contemporaneidade ambientada pela mídia. A literatura existente sobre as atuais relações entre comunicação e política navega em horizontes largos e contrastantes. Alguns autores sugerem uma situação de dominância da política, na qual se amesquinha a comunicação, pelo seu esquecimento, ou através de sua concepção como algo puramente instrumental, não se atribuindo a ela nenhuma capacidade de autonomia e impacto significativo sobre o campo político¹⁹. No extremo oposto, fala-se de uma submissão persistente da política à mídia e até do fim da política em uma sociedade transbordante de mídia, opinião tão ao gosto dos comunicólogos, em especial daqueles orientados por um olhar pós-moderno.

¹⁸ - A noção de campo social, originalmente formulada por Pierre Bourdieu, foi aplicada à comunicação por, dentre outros, Adriano Duarte Rodrigues. Ver: RODRIGUES, Adriano Duarte. *O campo dos media*. Lisboa, Vega, s.d. 189 p. e RODRIGUES, Adriano Duarte. *Estratégias da comunicação*. Lisboa, Presença, 1990, 223 p. O texto trabalha com uma formulação livremente diferenciada deste conceito.

¹⁹ - Tal atitude parece ser ainda a predominante entre os cientistas políticos brasileiros. Ver: LIMA, Venício. ob. cit.

Em meio a estas posições contrastantes e marcadamente unilaterais, porque instruídas por visões e vieses disciplinares, inúmeras outras possibilidades resultantes do entrelaçamento entre comunicação e política podem ser vislumbradas. Stefan Reiser, atento a uma questão com certa similitude com esta, ainda que instalada em fronteiras mais circunscritas, propõe a noção de interdependência ao estudar as interferências da política e da mídia na determinação de agendas e temas em instantes eleitorais, descartando explicitamente o mero predomínio da política ou da mídia²⁰. Tal postura coincide com proposições e premissas já adotados em outros textos anteriormente publicados pelos autores, nos quais se sugere que – ao invés de encarar a dominância da política ou da mídia nesta relação como algo dado de antemão e permanente, predefinido (para) sempre – se busque, através de procedimentos rigorosos e sistemáticos, investigar como esta predominância, em contínua disputa, alterna-se dinamicamente, e locomove-se em um campo de forças sociais efetivamente existente. Tal campo, ao reunir política e mídia, as insere em uma circunstância histórico-social mais abrangente e lhes dá sentido. Esta tensa conexão – porque sempre simultaneamente conflituosa e complementar²¹ - coloca continuamente em disputa os poderes e as predominâncias da política e da mídia.

Aceita esta tensão permanente, manifesta ou latente, e a cotidiana disputa pela hegemonia na relação entre os campos, em decorrência da possibilidade sempre presente

²⁰ - REISER, Stefan. Política y medios masivos de comunicación en la campaña electoral. In: THESING, Josef e HOFMEISTER, Wilhelm (orgs.) *Medios de comunicación, democracia y poder*. Buenos Aires, Centro Interdisciplinario de Estudios sobre o Desarrollo Latinoamericano/Fundação Konrad Adenauer, 1995, p.165-187.

²¹ - Ver, por exemplo: RUBIM, Antonio Albino Canelas. Comunicação, política e sociabilidade contemporâneas. In: ____ (org.) *Idade Mídia*. Salvador, Edefba, 1995, p.107-146.

de alternâncias na predominância, torna-se viável elaborar uma interpretação das recentes eleições presidenciais brasileiras dentro de uma ótica analítica atenta ao comportamento e às atitudes dos campos da política e da mídia, considerando a interdependência, o confronto e a complementaridade dos campos e cotejando as iniciativas empreendidas por seus agentes nos diversos momentos eleitorais em estudo. Cabe lembrar, por fim, que os campos na concepção aqui assumida, inspirada em Bourdieu, não são harmônicos, mas se constituem de agentes e forças complementares e antagônicas. Enfim, de atitudes muitas vezes contraditórias.

Esboçadas as premissas teóricas do texto, pode-se traçar um quadro descritivo e analítico, ainda que em linhas panorâmicas, dos experimentos midiático-eleitorais brasileiros recentes, devido os limites razoáveis deste texto.

Eleição de 1989: inaugurações

A primeira análise diz respeito à conjuntura e aos acontecimentos da eleição de 1989 para escolha isolada do novo presidente brasileiro²². Naquele momento, o campo

²² - A bibliografia sobre as eleições de 1989 e sua relação com a mídia abrange um número expressivo de títulos. Dentre eles, podem ser destacados: ALBUQUERQUE, Afonso de. *“Aqui você vê a verdade na tevê”*. *A propaganda política na televisão*. Niterói, Mestrado de Comunicação, Imagem e Informação da Universidade Federal Fluminense, 1999; FAUSTO NETO, Antonio. O presidente na televisão. In: *Comunicação & Política*, São Paulo, IX (11): 7-27, abril/junho de 1990; GUIMARÃES, César e VIEIRA, Roberto A. Amaral. Meios de comunicação de massa e eleições: um experimento brasileiro. In: *Comunicação & Política*, Rio de Janeiro, I (9): 147-158, 1989; KUCINSKI, Bernardo. O ataque articulado dos barões da imprensa: a mídia na campanha eleitoral de 1989. In: _____. *A síndrome da antena parabólica*. São Paulo, Fundação Perseu Abramo, 1998; LIMA, Venício Artur de. *Televisão e política*:

político ou mais especificamente os políticos, apesar da recente efervescência da Constituinte e seu desfecho com a elaboração da Constituição “Cidadã” de 1988, encontram-se desgastados pelas promessas não cumpridas da “Nova República” – como se (auto)nomeou o primeiro governo pós-ditadura – e pelo reiterado fracasso e uso politiquês de planos de combate à inflação e de estabilização (da moeda), a exemplo do que acontece com o Plano Cruzado (1986). O descontentamento com o governo Sarney, com a explosão (hiper)inflacionária; as mudanças sócio-culturais não realizadas e a sobrevivência das velhas lideranças políticas oriundas da ditadura, dentre outros motivos, também solapavam o prestígio e a credibilidade do campo político.

O panorama eleitoral irá expressar com fidelidade a ausência de alternativas hegemônicas, a fragmentação e o

hipótese sobre a eleição presidencial de 1989. In: *Comunicação & Política*, São Paulo, Ano 9, (11): 29-54, abr./jun de 1990; MIGUEL, Luis Felipe. Mídia e manipulação política no Brasil – a Rede Globo e as eleições presidenciais de 1989 a 1998. In: *Comunicação & Política*. Rio de Janeiro, VI(2/3):119-138, maio/dezembro de 1999; RUBIM, Antonio Albino Canelas. Medios, política y elecciones brasileñas de 1989 y 1994. In: *Dia-Logos de la Comunicacion*. Lima, (42):18-24, junho de 1995. (Revista publicada pela Federação Latino-Americana de Faculdades de Comunicação Social – FELAFACS); RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Mídia e política no Brasil*. João Pessoa, Editora da UFPb, 1999; SILVA, Carlos Eduardo Lins da. The brazilian case: manipulation by the media?. In: SKIDMORE, Thomas (org.) *Television, politics and the transition to democracy in Latin America*, Washington/Baltimore e London, The Woodrow Wilson Center Press e The Johns Hopkins University Press, 1993, p.137-144 e STRAUBHAAR, Joseph; OLSEN, Organ e NUNUS, Maria Conceição. The brazilian case: influencing the voter. In: SKIDMORE, Thomas (org.) *Television, politics and the transition to democracy in Latin America*, Washington/Baltimore e London, The Woodrow Wilson Center Press e The Johns Hopkins University Press, 1993, p.118-136.

desgaste do campo político. O grande número de candidaturas de centro, esquerda e direita aponta para o momento de transição vivido pela sociedade brasileira. A ascensão eleitoral de Fernando Collor de Melo e de Luiz Inácio Lula da Silva indica, antes de tudo, o desejo e o signo de mudanças prevaletentes na época; o fastio com os políticos profissionais “tradicionais” e uma ansiedade por novidades políticas, ainda que em perspectivas político-ideológicas tão distintas. Enquanto a novidade de Lula implica, em radicalidade, na superação da ditadura e na busca de uma justiça social no país; a outra, representada por Collor, afinal vitoriosa, se alimenta de sentimentos populares, a exemplo do ressentimento dos “descamisados” contra a injustiça e inaugura, em nível nacional, uma possibilidade política de privilegiar o mercado como princípio regulador e motor da sociedade, em detrimento do estatal e do público.

Collor, em moldes marcantes e inovadores para a política brasileira, introduz na cena nacional uma alternativa neoliberal, bem como uma política configurada pela existência de um padrão midiático no país. Não por acaso, Collor acionou e esbanjou marketing, sondagens de opinião, produção de imagem pública etc. Hoje parece consenso que tais inaugurações neoliberais e midiáticas de Collor – se fracassaram posteriormente em virtude de uma personalidade atabalhoada e de equívocos de seu trânsito na política – persistiram no ambiente nacional, seja contaminando o ideário e o comportamento (neoliberal) de outros políticos, seja alterando e atualizando as configurações e formatos da política, em sintonia com a ambientação midiática da sociedade.

A “Rede Povo” – paródia estético-crítica da poderosa Rede Globo, empresa com forte teor oficialista durante toda a Ditadura Militar – de Lula que funcionou como contraponto político-ideológico-eleitoral às concepções colloridas, em perspectiva diversa, também qualificou e atualizou a

formatação da política em novas configurações ideológicas e midiáticas. Assim, à direita e à esquerda, o novo padrão midiático da política, das campanhas eleitorais e das eleições se estabeleceu em 1989.

A especificidade de uma eleição “solteira”, apenas para presidente, promoveu, como já observado, um acionamento limitado do campo político, porque ele não foi mobilizado em plenitude para uma disputa mais ampliada, envolvendo simultaneamente outras instâncias de poder. Além disto, a potência desse campo encontrava-se deprimido pelo manifesto desgaste dos políticos naquela conjuntura eleitoral (desilusão com a “Nova República” e o Governo Sarney; promessas não cumpridas; hiperinflação; persistência de autoritarismos etc).

Em contraste com esta parcial retração do campo político, a intervenção do campo da mídia manifestou-se intensamente em 1989. A mídia, através de seu noticiário e outros programas de grande audiência, como as telenovelas, agendou temas que se tornaram centrais na eleição, como aqueles referidos à desqualificação dos políticos, do Estado e dos servidores públicos, emblematicamente simbolizadas na tematização dos “marajás”, onipresente e avassaladora na época. Na trilha dos “marajás” – expressão que simbólica e simploriamente reunia todos aqueles que tiravam vantagens indevidas do Estado – vem seu caçador, Collor, tornando escandalosamente manifesta a produção midiática de imagens públicas e políticas, com formidável incidência nas eleições. A hipótese de que este cenário midiático-eleitoral em algum sentido funcionou como uma antecipação do olhar neoliberal na sociedade, na cultura e na política brasileiras não parece improvável.

A potencialização do campo da mídia manifesta-se evidente em inúmeros acontecimentos que conformam a eleição de 1989: o caráter de eleição “solteira”; a expectativa de um experimento inédito de eleição presidencial

em uma sociedade ambientada pela mídia; a legislação eleitoral que permite sem restrições a utilização das “gramáticas” midiáticas, desenvolvidas no país em um patamar técnico altamente qualificado; a competente elaboração estratégico-plástica das campanhas, em especial, a de Lula e de Collor e, enfim, as interferências político-eleitorais explícitas, inclusive comprometedoras, de parte da mídia em episódios acontecidos já no segundo turno das eleições: como o seqüestro de Abílio Diniz – cujos seqüestradores foram obrigados a vestir camisetas da campanha de Lula para serem mostrados na televisão – e a escancarada manipulação da edição realizada pelo Jornal Nacional do último debate entre Collor e Lula, beneficiando acintosamente Collor.

Todo este conjunto de iniciativas demonstra a significativa atuação, a interferência ativa e o caráter determinante do campo da mídia naquele evento eleitoral. Mas, ao realçar o enorme papel da mídia, não dá para aceitar que ela seja, unilateralmente, destacada do campo de forças forjado socialmente na interação entre mídia e política, o qual incide sobre a disputa eleitoral, nem tampouco concordar com posições que atribuam à mídia *todo* poder decisório nas eleições e sobre a política em 1989.

Em verdade, a incidência da mídia nas eleições de 1989 deve ser entendida em dois níveis diferenciados. De um lado, a conformação de uma situação de Idade Mídia no Brasil, como foi visto, altera profundamente o campo de disputa eleitoral, constituindo novas condições e circunstâncias nas quais ocorre o embate eleitoral. Tais condições e circunstâncias apresentam-se fortemente marcadas pela presença das mídias em rede e, portanto, indicam a primeira modalidade de compreensão do impacto da mídia nas eleições. Por outro lado, a mídia não se caracteriza apenas como um novo e relevante ambiente que altera as condições de disputa, mas também – e isso se torna fundamental – age como um ator político, senão novo, mas agora com ampliada potência

política, devido ao seu intenso desenvolvimento, a amplitude crescente de seu poder de publicizar e de silenciar e seu intenso impacto em uma sociabilidade envolvida pela mídia²³.

As duas modalidades de incidência da mídia nas eleições afetam momentos distintos do pleito de 1989. A mídia conformada como novo espaço para a política permite que Lula e Collor, sem grandes estruturas partidárias, passem ao segundo turno. Suas vantagens competitivas são as inovadoras campanhas midiático-eleitorais e candidaturas que apareciam como novidades em um cenário político tradicional. Mais que isto, a mídia, a partir das eleições de 1989, torna possível que Lula deixe de ser uma importante liderança sindical e se transforme em uma personalidade política nacional, conhecida de amplas parcelas da população, mesmo no chamado Brasil profundo. No segundo turno, o destaque será a intervenção da mídia como ator no campo da política, que se vê ainda mais potencializada pelo caráter altamente competitivo que as eleições então adquirem, quando Collor e Lula disputaram, em situação de quase igualdade, a presidência de modo bastante acirrado até o momento da votação. Nesta situação de quase igualdade na disputa, o potencial de interferência da mídia se vê, sem dúvida, ampliado.

As conclusões primeiras para esta interação entre os dois campos no episódio eleitoral de 1989 incluem em seu elenco o impacto da novidade do acionamento eleitoral da mídia e de suas novas modalidades de realização; sua potente intervenção no primeiro e no segundo turnos e, por fim, as debilidades (conjunturais) do campo político. A política realizada em espaços eletrônicos e em televivências se

²³ - Sobre estas questões analisadas em uma perspectiva mais teórica, ver: RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Comunicação & Política*. São Paulo, Hacker Editores, 2000.

expressa pela primeira vez no Brasil de maneira tão contundente, assim como os interesses e o poder de interferência política de algumas das mídias, hegemônicas em seu campo. O capital político detido pela mídia e sua não submissão instrumental e incondicional ao campo político ficam em 1989 nitidamente manifestos²⁴.

1994: A eleição do Real

A circunstância das eleições de 1994²⁵ mostra modificações político-culturais, mas preserva ainda que com

²⁴ - A análise dos momentos eleitorais de 1989, 1994 e 1998 tem como ponto de partida a bibliografia, já razoável, existente sobre estes episódios eleitorais, especialmente a que trabalha em um viés das interações então existentes entre comunicação e política. Como se optou por não citar sempre esta bibliografia, sua referencia pode ser encontrada principalmente em RUBIM, Antonio Albino Canelas e AZEVEDO, Fernando ob. cit. e secundariamente em RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Mídia e política no Brasil*.

²⁵ - Para uma análise das interações entre mídia e eleições de 1994, cabe destacar: FAUSTO NETO, Antonio. A construção do presidente. Estratégias discursivas e as eleições presidenciais de 1994. In: *Pauta Geral*, Salvador, III (3):23-57, janeiro/ dezembro de 1995; FAUSTO NETO, Antonio. Telejornais e a produção da política: estratégias discursivas e as eleições de 1994. In: MOUILLAUD, Maurice e PORTO, Sérgio Dayrell (orgs.) *O jornal: da forma ao sentido*, Brasília, Paralelo 15, 1997, p.499-523; KUCINSKI, Bernardo. O príncipe mulato e o sapo barbudo: mídia e eleições presidenciais de 1994. In: _____. *A síndrome da antena parabólica*. São Paulo, Fundação Perseu Abramo, 1998; LIMA, Regina Lúcia Alves de. A política e seu funcionamento discursivo: estratégias, marcas e contratos. In: *Comunicação & Sociedade*. São Paulo, (26):41-60, 1996; MIGUEL, Luis Felipe. Mídia e manipulação política no Brasil – a Rede Globo e as eleições presidenciais de 1989 a 1998. In: *Comunicação & Política*. Rio de Janeiro, VI(2/3):119-138, maio/dezembro de 1999; MIGUEL, Luis Felipe. *Mito e discurso político. Uma análise a partir da campanha eleitoral de 1994*. Campinas/São Paulo, Editora da Unicamp/Imprensa Oficial, 2000; PORTO, Mauro Pereira. Telenovelas e imaginário político

mudanças, o caráter de transição vivido no país. Entretanto, já apresenta traços evidentes da possibilidade de se realizar, mais uma vez, uma transição pelo alto, no estilo “modernização conservadora” (Florestan Fernandes) ou “via prussiana” (Carlos Nelson Coutinho), tão persistente como cruel tradição na história político-cultural brasileira. O campo político, ferido e renovado pela mobilização pró-*impeachment* de Collor em 1992; pelo quase letárgico plebiscito²⁶ em torno do sistema de governo presidencialista ou parlamentarista em 1993 e pela inoperante, mas esclarecedora, “reforma constitucional”, assiste, entretanto, uma redefinição relevante das forças políticas, que inaugura uma recomposição política há pouco improvável, com a aliança entre o Partido da Social-Democracia Brasileira - PSDB e Partido da Frente Liberal - PFL.

no Brasil. In: *Cultura Vozes*, LXXXVIII (6): 83-93, novembro-dezembro de 1994; PORTO, Mauro. Telenovelas e política: o CRP da eleição presidencial de 1994. In: *Comunicação & Política*. Rio de Janeiro, I(3):55-76, abril-junho de 1995 (nova série); PORTO, Mauro e GUAZINA, Liziane. A política na TV: o Horário Eleitoral da eleição presidencial de 1994. In: *Contracampo*, III, janeiro a julho de 1999, p.3-34; RONDELLI, Maria Elizabeth e WEBER, Maria Helena. Ensaio das eliminatórias: os media e o campeonato eleitoral. In: *Revista de Comunicação e Linguagens*, Lisboa, (21-22):347-357, dezembro de 1995; RUBIM, Antonio Albino Canelas. Medios, política y elecciones brasileñas de 1989 y 1994. In: *Dialogos de la Comunicacion*. Lima, (42):18-24, junho de 1995. (Revista publicada pela Federação Latino-Americana de Faculdade de Comunicação Social – FELAFACS); RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Mídia e política no Brasil*. João Pessoa, Editora da UFPb, 1999; VENTURI, Gustavo e MENDES, Antonio Manoel Teixeira. Eleição presidencial: o Plano Real na sucessão de Itamar Franco. In: *Opinião Pública*, Campinas, II (2):39-48, dezembro de 1994.

²⁶ - Sobre a relação entre mídia e plebiscito de 1993, ver: MIGUEL, Luis Felipe. Imagens da história no plebiscito de 1993. In: *Política e mídia no Brasil*. Brasília, Editora Plano, 2002, p.87-116.

Esta recomposição, que acontece sob a égide neoliberal, apesar da *aparente* derrota desta proposta junto com o monumental e inédito impedimento de um presidente da República, viabiliza, pelo menos, duas intervenções fundamentais do campo político nas eleições de 1994: a draconiana legislação eleitoral que objetiva controlar as “gramáticas” midiáticas, impedindo seu acionamento em tomadas externas e em edições que envolvessem recursos tecnológicos sofisticados, e aquela que produz o que se demonstrou ser o grande diferencial na competição eleitoral de 1994: o Plano Real, esboçado nitidamente em uma perspectiva de interferir no calendário eleitoral. A eleição “casada” para diversos cargos públicos; a legislação eleitoral mutilada; as novas composições políticas, com destaque para a aliança entre PSDB e PFL, e, em especial, o Plano Real alteram profundamente o cenário de indefinições e de possibilidades variadas que se havia aberto no período pós-*impeachment*.

Naquela conjuntura, estoques neoliberais e de cunho social se entremeavam aleatoriamente e disputavam a agenda e a opinião públicas. Temas, como a fome, transitavam e repercutiam na sociedade e na mídia. Lula emergia como provável vencedor das eleições em todas as sondagens. Tais intervenções, anotadas acima, juntamente com outras, forjam a espetacular alteração do cenário político-eleitoral e a vitória de Fernando Henrique Cardoso (FHC).

A mídia atuou em todos os episódios políticos pré-1994, destacando-se com uma participação ativa no impedimento de Collor²⁷. Ela igualmente expressou, de alguma maneira, o cenário ambivalente em diversos sentidos do governo Itamar Franco, ainda que, em uma avaliação final, terminasse por prevalecer também na mídia uma posição neoliberal,

²⁷ - JOSÉ, Emiliano. *Imprensa e poder: ligações perigosas*. Salvador/São Paulo, Edufba/Hucitec, 1996.

episódica e confusa, marcada por tintas nacionalistas e/ou sociais, como também ocorreu com o governo Itamar.

Mas esta dinâmica, que em alguma medida contemplava o diverso, ainda que desigualmente, entrou em colapso como a aceitação e apoio incondicional da mídia ao Plano Real. Ele passou a ocupar e ser defendido ferozmente em toda a programação cultural dos espaços eletrônicos: nos eventos esportivos, como a potente Copa do Mundo, vencida pelo Brasil em 1994, que assalta de modo avassalador os corações e mentes do país do futebol; nos materiais noticiosos; nas telenovelas; nos musicais e nos shows de variedades, quando apresentadores de televisão bastante populares foram pagos pelo governo para fazer propaganda não declarada do plano. Acrescente-se a esta verdadeira *blitz* a milionária campanha publicitária do Real desenvolvida pelo governo, que, exuberante, preencheu e reforçou a adesão da mídia, implícita ou explícita, ao plano e seu candidato, FHC.

As conclusões segundas sugerem a tentativa das frações dominantes no campo político – agora mais rearticuladas – de domesticar a mídia em sua intervenção política, seja através de seu controle legislativo externo draconiano; seja através da compra de seus espaços e opiniões; seja, por fim, pela sua assimilação através de um programa sócio-cultural e ideológico compartilhado, expresso por projetos como: o fim da inflação; a estabilidade e o Plano Real. Aliás, este plano demonstrou a capacidade de intervenção da política sobre a mídia e, em especial, a possibilidade de uma reversão e uma construção políticas de cenários eleitorais, em prazos bastante exíguos. Tem-se então configurada uma nova modalidade de articulação entre os setores dominantes do campo político e midiático, a qual prescinde de uma intervenção eleitoral escancarada da mídia como em 1989, pelo menos nos seus espaços noticiosos.

Silenciamento e eleição de 1998

Depois das duas experiências eleitorais em uma sociabilidade ambientada pela mídia, acontece em 1998 um terceiro experimento²⁸ que, mantendo traços dos anteriores, traz a novidade de se realizar em um momento no qual a transição parece ter se completado, posto que o projeto neoliberal aparece como instalado no país. Isto é, a eleição acontece em uma circunstância sócio-cultural, na qual as ambigüidades e possibilidades de uma transição se afunilam em torno de um projeto dominante cada vez mais hegemônico: a inserção plena do país em lugar secundário no panorama globalizado, sob a égide neoliberal.

O refinamento e construção desta alternativa dominante derivam da capacidade de aglutinação da aliança PSDB-PFL e PMDB em torno de FHC, forjando um poderoso bloco político-ideológico e também fisiológico, que passa a comandar como um trator toda a política na sociedade brasileira, inclusive “ganhando”, através de expedientes legítimos e ilegítimos, o dispositivo constitucional da reeleição

²⁸ - COLLING, Leandro. *Agendamento, enquadramento e silêncio no Jornal Nacional nas eleições presidenciais de 1998*. Salvador. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da UFBA, 2000 (mestrado); KUCINSKI, Bernardo. A sagração de FHC: a mídia no primeiro turno presidencial de 1998. In: _____. *A síndrome da antena parabólica*. São Paulo, Fundação Perseu Abramo, 1998; LIMA, Venício e GUAZINA, Liziane. *Política eleitoral na tv: um estudo comparado do Jornal Nacional e do Jornal da Record em 1998*. Trabalho apresentado no XXII Encontro Anual da ANPOCS. Caxambu, 27 - 31 de outubro de 1998, 21p.; MIGUEL, Luis Felipe. Mídia e manipulação política no Brasil – a Rede Globo e as eleições presidenciais de 1989 a 1998. In: *Comunicação & Política*. Rio de Janeiro, VI(2/3):119-138, maio/dezembro de 1999; RUBIM, Antonio Albino Canelas (org.) *Mídia e eleições de 1998*. João Pessoa/Salvador, Editora da UFPB/Edições Facom, 2000.

presidencial. Tal intervenção política (re)configura todo o cenário eleitoral e determina suas perspectivas, incluindo a plausível continuidade do governo FHC.

O expediente da reeleição propicia a singular - e inédita no país - situação de se vivenciar um partícipe legitimado do processo eleitoral que ocupa dois papéis simultânea e ambigualmente, em uma preocupante duplicidade de candidato e governante. Esta dupla exposição certamente introduz uma desigualdade, competitiva e de acionamento de recursos, não desprezível no processo eleitoral. Tal desigualdade torna-se ainda mais gritante, quando outra mudança na legislação eleitoral – no Brasil sempre casuística, porque não permanente e deliberada a cada eleição – reduziu o tempo do horário eleitoral gratuito de televisão e rádio de 60 para 45 dias e comprimiu ainda mais a campanha nesta temporalidade, ao “distribuir” – em verdade, diminuir – os dias da semana entre aqueles dedicados à campanha presidencial e aqueles destinados às outras campanhas que simultaneamente ocorrem. Tem-se assim uma exposição rádio-televisiva sumamente restrita e mesmo sem ritmo para a disputa presidencial. Ainda outra importante intervenção do campo político que marcou o processo de 1998: a redução deliberada, por intervenção direta das forças políticas dominantes, das candidaturas a apenas duas possibilidades efetivamente competitivas: Fernando Henrique e Lula, ainda que este último em uma situação bastante desigual.

A intervenção do campo da mídia se fez, antes de tudo e mais uma vez, em total sintonia com as forças dominantes do campo político. A adesão da mídia foi indiscutível também nessa eleição. A tradição governista da maior parte da mídia brasileira outra vez se realizou. Mais que isto, ficou patente uma afinidade ideológica entre setores dominantes no campo político e boa parcela da mídia em torno de FHC, do Plano Real e das proposições neoliberais para o Brasil. Esta afinidade eletiva não derivava, entretanto, exclusivamente

de uma convicção ou afiliação ideológica, mas de uma crônica dependência da mídia ao Estado (endividamento, financiamento de negócios, publicidade etc) e dos interesses das empresas de comunicação na privatização de estatais, especialmente do ramo das telecomunicações, coincidentemente realizada em ano eleitoral. Tal coincidência foi muitas vezes denunciada como outra maneira de controle da mídia. O candidato Ciro Gomes que terminou em terceiro lugar nas eleições de 1998 foi um dos que denunciou tal contaminação.

Por fim, outra intervenção da mídia: o quase silenciamento acerca de um episódio tão transcendente para o país – inclusive para seus estados – como as eleições. Na Rede Globo, o assunto praticamente não existiu, tendo a emissora se omitido de acompanhar sequer a agenda das candidaturas, como havia feito em todas as eleições anteriores. Tal atitude denuncia o abandono da lógica de produção específica do jornalismo em favor de uma postura de mera adesão ao sistema político dominante. Estudos realizados demonstram que não foram realizadas: nem a cobertura sobre as eleições; nem a discussão de temas que pudessem ser prejudiciais ao candidato / presidente, como a seca e as invasões realizadas pelos flagelados da seca. A marca da cobertura jornalística da mídia em 1998 foi exatamente a invisibilidade das eleições, como anotou Luis Felipe Miguel. Conforme dados deste autor, o Jornal Nacional, principal noticioso da Rede Globo, dedicou de 13 de julho a 03 de outubro, data da eleição, apenas 4,6% de seu tempo às eleições²⁹.

Além disso, tal atitude buscou impor aos cidadãos uma visão de eleição já decidida e, portanto, sem “atrações” para ser publicizada. Ao invés de informações, profundo silêncio sobre a eleição e as (graves) questões nacionais. Esta foi

²⁹ - MIGUEL, Luiz Felipe. O Jornal Nacional e a reeleição. In: ob. cit. p.64.

a estratégia hegemônica detectada através de diversos dos estudos realizados, especialmente os que analisam a Rede Globo. Ela, através do Jornal Nacional, realizou um agendamento e um enquadramento de temas marcadamente favorável ao candidato-presidente e um silêncio profundo sobre questões problemáticas e a própria competição eleitoral. O restante da mídia não teve um comportamento muito distinto, apenas apresentou um menor grau de invisibilidade eleitoral. Um terceiro experimento eleitoral e uma terceira modalidade distinta de articulação entre os campos midiático e político, ainda que em todas elas as relações tenham sido bastante perigosas para a democracia.

Eleição de 2002: superexposição e sutis controles

Se em 1998 a eleição foi considerada ou tornada “fria” e quase inexistente na mídia brasileira, o experimento de 2002 foi marcado pela superexposição e ampla visibilidade desde o período pré-eleitoral, quando as candidaturas ainda não estavam completamente definidas. Alguns dados dimensionam a mudança. Como foi anotado, o Jornal Nacional dedicou, em 12 semanas antes das eleições de 1998, apenas 4,6% do seu tempo total para a eleição presidencial. Em 2002, em 14 semanas antes do primeiro turno, o percentual passou para 29,4%. Na última quinzena, ocupou 60% do seu tempo com as eleições³⁰.

A extensa cobertura também ocorreu nos demais telejornais da Rede Globo. Os quatro principais presidenciais – Lula (PT), José Serra (PSDB), Antonhy Garotinho (PSB) e Ciro Gomes (PPS) – foram entrevistados ao vivo,

³⁰ - MIGUEL, Luis Felipe. A descoberta da política. A campanha de 2002 na Rede Globo. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (org.). *Eleições presidenciais em 2002 no Brasil*. São Paulo, Hacker Editores, 2004, p. 94 e 95.

por duas vezes, nos telejornais da emissora, inaugurando uma nova modalidade de entrevista, com longa duração e com tempo rigorosamente igual e cronometrado, mostrado através de um grande relógio. Além disto, ela realizou dois debates, um no primeiro turno e outro às vésperas do segundo.

Tudo para evitar, aparentemente, privilégios entre os quatro candidatos competitivos, já os dois outros – de extrema-esquerda – foram tratados de modo bastante desigual. Os estudos indicam que houve uma preocupação do Jornal Nacional não se deteve em conceder o mesmo espaço para cada um dos quatro candidatos melhor colocados nas sondagens de opinião. A análise de tendência expressa (valência) nas matérias também aponta para um certo equilíbrio, tendo apenas Ciro Gomes recebido um percentual de 10,5%, a mais, em matérias consideradas negativas à sua candidatura³¹.

O restante da imprensa também realizou a “maior e melhor” cobertura de todas as eleições presidenciais brasileiras, como foi alardeado pela própria mídia. Os candidatos tiveram as suas agendas acompanhadas e foram entrevistados inclusive pela MTV. A Rede Bandeirantes inovou e, além de um debate com os presidenciáveis, realizou outro debate com os candidatos a vice.

Analisar a configuração do campo político nas eleições de 2002, ajuda a entender este interesse da imprensa. Ao contrário de 1994 e 1998, o bloco de centro-direita estava visivelmente desunido em 2002. A candidatura de José Serra, do partido do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, não recebeu o apoio de boa parte dos integrantes da base de

³¹ - Ver: PORTO, Mauro Pereira; VASCONCELOS, Rodrigo Figueiredo de e BASTOS, Bruna Barreto. A televisão e o primeiro turno das eleições presidenciais de 2002. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (org.). *Eleições presidenciais em 2002 no Brasil*. São Paulo, Hacker Editores, 2004, p. 74, 75 e 76.

sustentação do então governo tucano. O PFL e dois importantes aliados, José Sarney (PMDB) e Antonio Carlos Magalhães (PFL), por exemplo, não fizeram campanha para Serra e, no segundo turno, declararam seus votos em Lula.

O Partido dos Trabalhadores - PT também passou por significativas mudanças. O PT buscou e conseguiu um feito inédito e, depois de muita discussão interna, aprovou uma coligação com o Partido Liberal - PL, de centro, que ficou com a vice-presidência, ocupada por José Alencar, rico empresário da área têxtil e senador da República. O discurso tido por alguns como “radical” desapareceu. Em seu lugar, Lula surgiu no tela como negociador e como “Lulinha paz e amor”, assessorado pelo publicitário Duda Mendonça, considerado um dos melhores homens de marketing eleitoral do Brasil, que já havia trabalhado para o conservador Paulo Maluf, ex-prefeito de São Paulo.

A moderação da política do PT e da imagem de Lula como um negociador foi um processo longamente formulado e construído em termos políticos e de mídia, nos últimos anos, pelo grupo hegemônico no Partido dos Trabalhadores. Não é algo meramente eleitoral ou mesmo alguma invenção genial de marketing de Duda Mendonça. A política governou claramente esta conversão midiático-eleitoral. Possivelmente, a maior prova de que a mudança na cúpula petista não tenha sido apenas um recurso para ganhar a eleição esteja na forma como Lula e sua equipe vem governando o Brasil, sem grandes mudanças na macro-política econômica.

Em função do quadro político, o ex-metalúrgico e o PT, pela primeira vez, tinham grandes chances de vencer o pleito, que prometia ser bem disputado. Não é difícil entender que, dado a este quadro, o interesse da mídia pela eleição seja maior, por razões jornalísticas e empresariais, dada a incerteza do resultado eleitoral. Caso fossem criados critérios de noticiabilidade específicos para a política, certamente as eleições, que prometam maior disputa, teriam mais relevân-

cia para os jornalistas do que aquelas em que um dos candidatos parece já ter vencido por antecipação. Mas esta é apenas uma das dimensões da questão. Certamente a grande dependência do Governo Federal e a possibilidade de vitória de Lula também pesaram – e muito – nas decisões acerca da ampla cobertura eleitoral de 2002.

As observações expostas até aqui, não contemplam todos os aspectos do fenômeno. Pelo menos duas perguntas precisam ser feitas, ainda que sejam difíceis de serem respondidas de imediato: 1. A quem interessou a ampliação da visibilidade, aos candidatos mais conhecidos do eleitorado ou aos com menores índices de conhecimento pelo público? 2. A mídia teria o mesmo comportamento se existisse um candidato consensual das elites ou caso Lula não tivesse assumido compromissos com a continuidade da política econômica do governo FHC?

A resposta da primeira pergunta poderia partir do pressuposto de que José Serra e os demais opositores de Lula necessitavam de mais visibilidade. O mesmo pode-se pensar acerca da segunda pergunta. Dificilmente teríamos uma imprensa tão preocupada em conceder espaços iguais aos candidatos competitivos se algum dos prováveis vencedores pregasse, por exemplo, uma ruptura na política econômica.

A configuração do mercado de comunicação e os índices de audiência são outros dados que merecem ser lembrados na tentativa de explicar o porquê da superexposição às eleições de 2002. Nos últimos anos, em função da crescente concorrência, o Jornal Nacional tem perdido significativos pontos no Ibope. Em 1989, a média de audiência chegava a 84%³². Desde 2001, a audiência oscila entre 31 a 42 pontos percentuais no Ibope, em São Paulo³³. A imagem negativa

³² - LIMA, Venício A de. *Mídia: teoria e política*. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo, 2001, p. 223.

³³ - Ver dados disponíveis no site www.ibope.com.br.

de um telejornal oficial e parcial também pode ter contribuído para a queda de audiência e credibilidade. Ou seja, o telejornal pode ter decidido realizar uma cobertura mais “isenta e imparcial” para melhorar a sua imagem perante os telespectadores e anunciantes. Além disso, um ambiente mais competitivo, ainda longe do ideal no Brasil, não incentiva as manipulações explícitas que facilmente podem ser denunciadas pelos concorrentes.

Outras questões merecem ser equacionadas. Afinal, qual foi o estatuto desta superexposição? De que tipo de visibilidade se está falando? Quais os signos mais profundos desta visibilidade? O que deixa ver e não ver esta visibilidade? A idéia simplista que a mera visibilidade representa um benefício para a política e um expediente democrático para as candidaturas carece de um sentido mais consistente, pois “esquece” que a mediação contemporânea da visibilidade da política não se realiza ao modo de uma plena e pura transparência. A mídia não funciona apenas como um elo de intermediação (passiva) entre política e cidadãos. Nesta mediação há intervenção ativa de muitos atores sociais, tais como proprietários das empresas, profissionais, anunciantes, fontes, entidades, forças políticas presentes na sociedade. Além disso, ela sofre os efeitos da cultura e rotinas de produção, que inevitavelmente irão envolver seleções, agendamentos, silenciamentos, enquadramentos etc.

Ou seja, o fato de destacar que a imprensa concedeu ampla visibilidade para a eleição de 2002 não deve ser visto simplesmente como um elogio à sua atuação. Uma das temáticas eleitorais mais visíveis foi o panorama da economia brasileira. Na análise da cobertura econômica, os estudiosos detectaram não um debate amplo, plural e aberto dos temas, como a superexposição poderia fazer crer. Pelo contrário, a investigação de Mauro Porto, por exemplo, detectou um altíssimo percentual de enquadramento restrito, com apenas uma interpretação do acontecimento apresenta-

da na notícia³⁴. Outro estudo destaca que o Jornal Nacional operou com duas estratégias de fechamento do campo discursivo, sendo que a mais explícita consistia na obtenção de promessas por parte dos candidatos que, ao serem entrevistados, eram cobrados a manter os contratos, o pagamento das dívidas e o ajuste fiscal³⁵.

Assim, a superexposição não significou necessariamente transparência, pois não contemplou nem uma pluralidade de interpretações da realidade, nem uma ausência de intervenção posicionada unilateralmente da mídia, que em lugar de uma manipulação ofensiva, como em 1989, realizou em 2002 um sutil controle das candidaturas, dos temas e, em especial, das interpretações que veicula sobre eles. Novas e sutis articulações emanam nas relações entre mídia e eleições presidenciais no Brasil.

Algumas conclusões ainda provisórias

Ao transitar analiticamente pelas eleições presidenciais realizadas após o fim da ditadura no Brasil, ficam manifestos os diferenciados entrelaçamentos entre o campo da política e o campo da mídia. Uma avaliação do conjunto de momentos eleitorais midiáticos deve reter o seguinte:

A absorção do impacto inicial e da novidade do poder da mídia e sua aceitação como instante da nova política

³⁴ - O enquadramento restrito para a temática economia foi verificado em 74,5% de um total de 165 matérias analisadas. Ver PORTO, Mauro Pereira, VASCONCELOS, Rodrigo Figueiredo de e BASTOS, Bruna Barreto. A televisão e o primeiro turno das eleições presidenciais de 2002. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (org.). *Eleições presidenciais em 2002 no Brasil*. São Paulo, Hacker Editores, 2004, p 77.

³⁵ - Ver MIGUEL, Luis Felipe. A descoberta da política. A campanha de 2002 na Rede Globo. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (org.). *Eleições presidenciais em 2002 no Brasil*. São Paulo, Hacker Editores, 2004, p. 102.

parecem ser nítidos. Tal assimilação acontece através de intervenções, muitas delas legislativas, do campo político, objetivando ter controle sobre a mídia; por via da aceitação e da presença cada vez mais cotidiana de uma gama de procedimentos político-midiáticos, como as sondagens e o marketing, que tomam forma e relevância no período e pela modelagem acontecida nas campanhas eleitorais, às quais tenderam a convergir para padrões muito assemelhados e, por conseguinte, com capacidade de intervenção muito aproximada.

A circunstância de midiaticização das eleições, a conformação de modelos de cobertura jornalística e de padrões de campanhas eleitorais não implica em uma assimilação e uma identidade do perfil das relações entre mídia e eleições. Assim, os contextos, as conjunturas e os campos de força político-eleitorais de cada uma das eleições presidenciais têm propiciado uma variedade de interações entre o campo midiático e o político, com modalidades diferenciadas de cobertura, com estratégias distintas de campanhas eleitorais etc. Ou seja, as diferentes configurações de relação mídia e eleições nos diversos experimentos de escolha presidencial reforçam o procedimento e a opção metodológica de pensar a comunicação e a política interdependentes, como campo de forças em permanente disputa.

Deve-se considerar preocupante tanto a tentativa política da mídia de restringir e até silenciar a temática política, como a superexposição que, realizada sob o controle da mídia, dá visibilidade a alguns temas e silencia outros, considerados impertinentes. Mas, apesar das diferenciadas estratégias da mídia terem, todas elas, forte impacto sobre as eleições, o que se observa igualmente é uma lenta mudança do padrão de intervenção eleitoral da mídia, no sentido de não agir de modo mais equânime, ainda que não satisfatoriamente plural, como requer uma democracia hoje. Mesmo porque não existe possibilidade de democracia na

contemporaneidade, se não acontecer uma democratização das comunicações. Ela implica em padrões democráticos de atuação política da mídia, no agendamento pleno dos temas de interesse público e, em especial, na garantia que a pluralidade de interpretações dos atores sociais e políticos esteja presente habitualmente na tela, neste modo espaço, no qual se constrói a sociabilidade contemporânea.

O JORNALISMO E O SISTEMA POLÍTICO: AUDIÊNCIAS E MANIPULAÇÃO

João Carlos Correia*

I

A problemática dos *media*, em especial do campo do jornalismo, continua a ser central para as condições de existência da democracia deliberativa. Esta concepção de democracia implica a existência de uma esfera pública, entendida como uma rede de comunicação, informação e trocas de pontos de vista, cuja influência se deve reflectir no posterior tratamento das questões que tem lugar no interior do sistema político. Nesta posição confluem factores contraditórios que urge ponderar com as devidas cautelas:

Desde logo, insiste-se no modelo da Publicidade como uma tradição moderna graças à qual a se opera a transformação do domínio público em espaço público.

Ao mesmo tempo relança-se a discussão sobre as condições de viabilidade de um espaço público informal, o qual é em larga medida, mediatizado. A questão reside em garantir a existência de fluxos entre a constituição da opinião na esfera pública e a tomada de decisão institucional. Estes fluxos implicam uma análise exigente da forma como está organizado o espaço público contemporâneo, identificando quais as suas instituições, constrangimentos e desigualdades

Tal análise requer uma inquirição sobre o papel dos *mass media* nas sociedades contemporâneas. Os cidadãos, idealmente, comportam-se como um público quando dia-

* - Departamento de Comunicação e Artes. Universidade da Beira Interior.

logam sem restrições acerca de assuntos de interesse geral. Num público de grande dimensão este diálogo exige meios específicos para transmitir informação e influenciar os que a recebem como sejam jornais, revistas Rádio, Televisão, Internet. Ao entendermos a visibilidade mediática como um espaço no qual vários grupos sociais e instituições competem entre si e em que lutas ideológicas se desdobram sobre a definição e construção da realidade social, a análise da oportunidade de acesso torna-se fundamental. No contexto em que a exigência de pluralismo deve ser balanceada de um modo em que, simultaneamente, se tenha em conta a diferença legítima (a qual só é legítima quando reflecte sobre si mesma e sobre as suas próprias limitações, aceitando justificar-se e submeter-se ao criticismo externo) e a universalidade das condições de debate entre as posições conflituais, o problema do acesso aos *media* torna-se merecedor de uma reflexão que se cruza com a teoria dos efeitos.

II

Uma das abordagens mais interessantes que revitalizou, entre os anos 70 e 90, a crença do poder dos *media*, designadamente do campo programático do jornalismo, tem o seu pólo em torno do pensamento de Niklas Luhmann e, em especial, das opiniões expressas por este teórico no âmbito dos *media* e do jornalismo. Os conceitos de *autopoiesis* e de encerramento operacional fundam uma teoria da sociedade moderna baseada na diferenciação funcional entre sistemas sociais autónomos, procedendo deste modo a uma ruptura em relação às tradicionais formas de diferenciação baseadas na relação entre sistema e meio ambiente. A comunicação surge como um processo selectivo que se desenvolve em três níveis – produção de um conteúdo informativo, difusão e aceitação desse mesmo conteúdo –

O jornalismo e o sistema político: audiências e manipulação

processo selectivo este que desencadeia novos processos selectivos nos sistemas, com base nos quais estes operam a redução da complexidade com que se confrontam (Luhmann, 1981 a: 137-138; Esteves, 1993: 23).

Uma das consequências desta tese sobejamente conhecida passa pelo banimento de qualquer noção de esfera pública, sociedade civil e abertura do sistema político próprias das diversas tentativas iluministas de substituir a presença de uma verdade transcendental por uma verdade sujeita ao controlo do consenso argumentativamente fundado. A contingência, entendida no sentido de um “ser possível de um outro modo”, tornada uma característica das sociedades modernas, exige uma intervenção da opinião pública no sentido da definição de pressupostos temáticos que permitam limitar a discricionariedade do que é politicamente possível (Luhmann, 1993, pp.93-94).

A teoria da tematização (que emerge na Teoria dos Efeitos) analisa a capacidade de os *media* canalizarem os temas de um modo que contribua para diminuir a complexidade enfrentada pelo sistema político. A preexistência de temas institucionalizados que limitam a natureza arbitrária do que é possível politicamente, e não a generalização de opiniões, é que estrutura a comunicação política.

Esta perspectiva tem uma consequência: implica a insistência numa dimensão censurante implícita ao próprio campo dos *media*. A comunicação não pode dizer tudo. Diz apenas de acordo com os critérios selectivos do subsistema dos *media*. A abordagem de Luhmann originou um percurso que acentua “a construção social da realidade” ao chamar a atenção para a para a adopção de critérios próprios a cada sistema. No caso da informação noticiosa – o campo programático da informação que se distingue dos campos programáticos da publicidade e do entretenimento (Luhmann, 2000: 22) – há apenas uma aplicação de critérios que dizem respeito a duas possibilidades: a informação/não informa-

ção. São enunciados um conjunto de critérios selectivos, os quais se aproximam consideravelmente daquilo que vulgarmente se considera «valores-notícia»: a) a surpresa, a novidade, o rompimento com as expectativas esperadas; b) o conflito c) a quantidade); d) a contravenção das normas e a preferência pelo insólito e) a personalização e) a actualidade f) os limites de natureza organizacional.

Assim, nas Guerras do Golfo Pérsico, a chamada censura consistiu apenas em fornecer ao sistema mediático, nomeadamente ao que designa como campo programático do jornalismo, o que eles distinguem como publicável. Dito de outro modo, a censura produziu efeitos que se ajustassem à construção desejada pelos *mass media*, no campo programático da informação. Na verdade, esta formulação teórica de Luhmann explicitamente levada a cabo no interior dos estudos sobre *media* e jornalismo foi talvez o esforço teórico melhor sucedido ou, pelo menos, mais sofisticado para reforçar a hipótese dos efeitos cognitivos e o efeito da tematização. Por isso, incluiu as transformações do sistema comunicativo como sejam o aparecimento da televisão e a mediatização da política, o papel central assumido pelos *media* no comportamento eleitoral em detrimento dos grupos de referência tradicional, a alusão a novos fenómenos de «liderança de opinião».

III

As teorias que enfatizam a autonomia dos *media* e a adopção de critérios que lhe são implícitos como sistema atribuem a este a capacidade de percepcionarem o mundo sob uma perspectiva que lhe é única. Sublinham a particular situação de contingência que caracteriza as sociedades complexas com o desenvolvimento de sistemas altamente diferenciados.

O jornalismo e o sistema político: audiências e manipulação

Apesar do interesse deste contributo e da aguda percepção que Niklas Luhmann tem de alguns fenómenos da modernidade tardia que se manifestaram nomeadamente no campo programático ou subsistema do jornalismo, existem alguns pontos que carecem de ser trabalhados e tidos em conta.

Desde logo, há, no plano da análise social, uma redução do conceito de racionalidade à *zweckrationalitat* de Max Weber. Mesmo relativamente à Teoria dos Sistemas clássica há uma diferença inequívoca: desconhece qualquer consenso (implícito) relativo aos conteúdos de valor dos imperativos emitidos pelo sistema político. Se os *media* funcionam como auxiliares de um mecanismo – a opinião pública – que apenas visa reduzir os temas que o sistema político pode enfrentar, como encarar os fenómenos catalizados pelos *media* em que, justamente, se fazem apelos a outras formas de racionalidade que não apenas a racionalidade sistémica?

Por outro lado, no caso concreto do subsistema dos *mass media*, torna-se difícil tomar por adquirido o tipo de diferenciação sistémica apresentado por Luhmann. Falta saber em que medida se pode falar de diferenciação sistémica quando, por exemplo, existe censura prévia ou quando o sistema político ou o sistema económico – como recentemente aconteceu – toma decisões relativas à escolha – eliminação ou nomeação – dos agentes do sistema mediático. Uma quantidade impressionante de exemplos e de refutações teóricas provenientes da Sociologia da Comunicação e da Teoria da Notícia são susceptíveis de serem introduzidas na discussão desta hipótese.

Luhmann, como exemplo das teses que defende, afirma que os militares na Guerra do Golfo não necessitaram de censurar os jornalistas, limitando-se a proporcionar-lhes o que estes desejavam em função dos seus critérios selectivos. É difícil sustentar que operações organizadas de informação ou de propaganda ou de relações públicas formuladas,

redigidas no âmbito do sistema político por um particular subsistema – os núcleos de inteligência e de contra-informação do exército – possam ser entendidas como a aplicação pelo subsistema dos *mass media* dos seus próprios critérios de selecção.

Há uma lógica por detrás de todo o raciocínio expresso que se pode traduzir de uma forma algo simplificadora: se apareceu nos *mass media* é porque foi seleccionada pelos critérios implícitos ao campo programático do jornalismo. Se não foi publicado, é porque não se ajustava aos mesmos critérios. Fenómenos como a intertextualidade, como a desigualdade no acesso aos *media*, como os mecanismos de interferência política ou económica parecem tornar-se secundários, meros efeitos num jogo de sombras que resultaria de uma abordagem perspectivista dos olhares dos sistemas.

Por fim, uma importante crítica à tese de Luhmann diz respeito à dificuldade de ter em conta os factores que dizem respeito às audiências no âmbito da sua argumentação. Se isso é perfeitamente compreensível pelo tom – anti-psicologizante da sua teoria, ela torna-se dramática quando o fenómeno em análise diz respeito aos *mas media* e à sua relação como o sistema político: não há lugar para outros olhares na Teoria de Luhmann que não seja o olhar dos sistemas. Não por acaso, Luhmann conhece o seu prestígio na análise dos *mass media*, justamente graças a uma refutação da teoria dos efeitos limitados e da teoria do fluxo de comunicação em duas etapas. Tal teoria, pelo menos no âmbito dos desenvolvimentos que se conhecem até ao momento nos limites dos comentários possíveis, desconhece o percurso que vai de encontro a uma inflexão na pesquisa dos efeitos dos *media*.

Ora, o problema é que não é possível ficar no âmbito simplista dos pressupostos clássicos da Teoria dos Efeitos: mais limitados ou menos limitados, mais behavioristas ou mais centrados na cognição.

O jornalismo e o sistema político: audiências e manipulação

Depois da necessária refutação dos efeitos limitados pelo modelo dos efeitos cognitivos, propõe-se o reconhecimento de uma nova inflexão: os modelos dos efeitos cognitivos que foram o sustentáculo teórico que fez regressar importância dos *media* e a centralidade do jornalismo confrontam-se com a necessidade de pensar a conflitualidade de interpretações, da recepção activa, da multiplicidade de públicos, da descodificação diferenciada. Se esta não é uma verdadeira “novidade”, a chave desta inflexão, o seu traço distintivo que se faz sentir nalgumas das observações sobre o tema é o facto de estes fenómenos se verificarem quase totalmente dentro do espaço mediático. Neste contexto, as teorias que centram o seu modo de pensar na força coesiva das sociedades e nos efeitos totais, enfrentam alguns paradoxos que tem que ser sistematizados. Ou seja, os *media* não produzem efeitos totais e unidireccionais porque há factores ligados aos próprios *media* que impedem esse tipo de efeitos. De uma maneira talvez mais simples: os *media* não condicionam nem tematizam de modo incondicional exactamente porque uma parte substancial da fragmentação, do pluralismo e do aumento da complexidade resultam dos próprios *media*, da sua segmentação e miniaturização.

IV

Como fundamentos desta inflexão, propõem-se os seguintes factores:

- A) Desde logo, há que sustentar a existência de transformações relativas ao sistema social. Tais transformações estão ligadas a fenómenos extraordinariamente diversos como sejam as pressões do mercado com vista à emergência de novos segmentos de consumidores, aos fluxos migratórios europeus, às alterações de costumes e do estatuto da mulher, ao aumento da mobilidade, à relativização dos Estados-

Nação, à ênfase das diferenças identitárias em torno de temas como a religião, a região, o género ou o ambiente, à especialização dos mercados, à crise de legitimidade dos sistemas políticos, à fragmentação dos movimentos sociais. Regiões, classes e subclasses, culturas e subculturas, grupos de interesse e minorias associativas são objecto de uma recomposição crescente. Deparamo-nos com uma situação que nos parece paradoxal: há medida que aumenta a concentração dos meios de comunicação – face mais visível da globalização – surgem movimentos de afirmação de identidades e de formas de aceleração do pluralismo. As formas políticas correspondentes ao capitalismo global contemporâneo sofrem de um constante défice de legitimidade, exactamente pelo facto de a laicização do mundo não permitir que uma única narrativa se afirme como predominante, seja através do direito natural seja através de uma religião ou de uma ideologia hegemónica e totalizante. O acesso de crescente número de excluídos à visibilidade acentua este défice de legitimidade, na medida em que sublinha o pluralismo, a contingência e a incerteza. Ou seja, há um aceleramento da dialéctica entre inclusão e exclusão.

- B) Em segundo lugar, há que focar transformações no sistema comunicativo. Esta transformação estrutural manifesta-se, primeiramente, através da segmentação dos fenómenos de produção e recepção. Para tal contribuem as “Novas Tecnologia Multimédia”, a Internet, a Televisão por cabo e satélite, a regionalização dos *media* de massa. As mudanças estruturais verificadas na relação entre público e privado (a aceleração das mutações sociais, a emergência de novas identidades sociais e colectivas, a

O jornalismo e o sistema político: audiências e manipulação

atenção minuciosa ao *self*, o gosto exacerbado pelo prazer individual, o culto, traduzido em diversos registos, da novidade e da diferença), surgem directamente associadas seja a transformações tecnológicas como a miniaturização dos *media*, ao surgimento de *media* interactivos, à descoberta e proliferação das redes; seja a transformações de natureza narrativa como o aligeiramento e encurtamento das mensagens.

- C) Simultaneamente surgem uma quantidade de novos fenómenos que tornam inviável concepções demasiado rígidas no que respeita aos efeitos dos *media*. Emergem possibilidades efectivas de criar espaços de observação que exercem a sua vigilância crítica sobre os *media* que pertencem ao *mainstream*, para, em seu lugar, veicular visões alternativas produzidas no exterior do *establishment* mediático.

O jornalismo tem de encarar um fenómeno novo que se configura como uma espécie de efeito paradoxal ou perverso da mediatização generalizada da opinião pública: o poder dos *media* tornou-se um dos temas objecto de atenção, interesse e controvérsia na esfera pública, gerando fenómenos diversos curiosos no que respeita à sua própria avaliação e funcionamento. Desde logo, verifica-se uma apetência generalizada das elites políticas e académicas para produzirem, com alguma recorrência, reflexão sobre essa matéria.

Surge uma tendência da sociedade civil para promover o debate sobre o tema da cobertura mediática. A visibilidade dos temas agendados pelos *media* e a configuração que lhes é conferida pelas visões do mundo dos jornalistas organizados enquanto comunidade interpretativa também se confronta com a opinião do cidadão comum na sua vida quotidiana, a qual se difunde através de espaços informais.

Um governo que mente de forma demasiado ostensiva mesmo com apoio de *media* poderosos, pode ser confrontado com instâncias de comunicação informal que não controla. De um lado, dos cidadãos comuns, existem formas de comunicação informal, ocasional, directa e espontânea, que funciona como um elemento natural de politização mas que fica muitas vezes limitada a círculos restritos de participantes e que não conseguem alcançar a mediatização. Do outro lado, das elites, existem formas de comunicação política subtraídas deliberadamente ao espaço público e que se confinam à troca de informações confidenciais entre jornalistas, políticos e alguns círculos académicos.

Porém, em democracia, as fronteiras entre aquelas duas formas de comunicação e o próprio espaço público não são rígidas: a opinião aparentemente periférica do senso comum influencia a percepção das mensagens mediáticas e pode, ocasionalmente, tornar-se politicamente relevante. Ao mesmo tempo, a política de segredo das elites confronta-se com as contradições que se verificam entre elas, com lógicas de interesses conflituais e com a voracidade dos *media* e as pressões da opinião pública. Recentemente, os casos “Diário de Notícias”, “Marcelo Rebelo de Sousa”, “Direcção de Informação da RTP” vieram demonstrar uma evidência: as tentativas de intervir nos critérios dos *media* são observados pelos outros *media* numa lógica de denuncia que prejudica os actores políticos que intervém nesses actos. Contra a lógica que sempre presidiu à sua actuação, os próprios *media* são notícia: sectores importantes da opinião pública discutem as opções dos *media*, a forma como constroem a agenda e como se submetem a ditames exteriores.

V

Finalmente, surgem transformações de natureza teórica que evidenciam a sensibilidade ao pluralismo e à fragmentação cultural como factos sociais difíceis de contornar:

O jornalismo e o sistema político: audiências e manipulação

Do lado da teoria dos sistemas, os usos e gratificações, através de Blumer e Gurevitch, (1995: 11-24) continuam a identificar uma forma de abordagem sensível à presença das audiências.

Seguindo um ponto de vista anteriormente testado nos trabalhos realizados no âmbito da hipótese dos usos e das gratificações, os autores identificam quatro papéis potencialmente susceptíveis de serem desempenhados pelos membros da audiência: o partidário, procurando um reforço das convicções existentes; o cidadão liberal, procurando orientação na decisão de voto; o monitor que procura informação acerca de características do ambiente político (nomeadamente as propostas partidárias, os temas candentes e a qualidade das lideranças); e o espectador que procura excitação, divertimento e outras satisfações de natureza afectiva e emocional. Uma das linhas de análise perseguida por Blumer e Gurevitch é a de encontrar articulações entre os papéis desempenhados pela audiência, as orientações dos políticos e as orientações dos profissionais da comunicação. Neste sentido, parece lógico sustentar alguma dose de compatibilidade entre as orientações dos produtores, difusores e receptores das mensagens. Assim, a) ao papel de partidário desempenhado do lado da audiência, corresponde um papel de orientação editorial pelo pessoal dos *media* e um papel de «gladiador» do lado dos políticos; b) o papel de cidadão liberal do lado da audiência seria complementado pelo papel de moderador no que diz respeito ao pessoal dos *media* e de persuasor racional por parte dos políticos; c) o papel de monitor pelo lado da audiência seria complementado pelo papel de *watchdog* pelo pessoal dos *media* e de fornecedor de informação pelo lado dos políticos; e o papel de espectador, do lado da audiência, seria complementado pelo de *entertainer* pelo pessoal dos *media* e de actor (*performer*) pelo lado dos políticos.

- Do lado das abordagens críticas, geralmente opositoras do funcionalismo, o conceito de público revela-se, hoje, mais complexo, contraditório e plural que aquele que as grandes correntes teóricas que sobre ele se debruçaram, sugeriam. Se é legítimo pensar que há um pensamento crítico, a sua constituição, hoje, passa pela assunção plena de uma sociedade plural, fragmentada, onde o mercado desempenha uma função fundamental embora não única, mas onde, simultaneamente, terão que se encontrar respostas que não passem pela estatização da economia, onde finalmente as tecnologias da informação e da comunicação tornam disponível a possibilidade de se tomar a palavra;

Compreendendo o contexto de uma sociedade mediática, afastando-se da tentação de pensar idealisticamente a relação entre entendimento e persuasão, como se ela se pudesse efectuar, hoje em dia, segundo o modelo clássico da *agora* grega, onde as pessoas comunicavam-se imediatamente umas com as outras, Habermas (1996) admite a inserção de poder e prestígio, como definindo em última instância a selectividade dos temas abordados, assim como a forma e a medida em que os mesmos são tematizados na esfera pública;

- Acompanhando esta tendência, os estudos culturais sustentam que um mesmo texto é capaz de proporcionar variadas leituras a audiências diversificadas. Quer a codificação quer a descodificação do texto mediático desenvolvem-se de acordo com as diferentes situações de natureza social e cultural que circundam seja produtores seja a audiência, possibilitando, conseqüentemente, diversos quadros de interpretação possível. Esta abordagem do processo comunicativo levou à proliferação de investigações sobre «descodificação diferenciada» com vista, em especial, a encontrar evidências da resistência de minorias sociais às mensagens dominan-

O jornalismo e o sistema político: audiências e manipulação

tes dos meios. A partir desta investigação, defendia-se que as audiências já não podem ser consideradas receptores passivos de informação, mas sim como leitores que aceitavam, rejeitavam, subvertiam e negociavam a interpretação dos textos mediáticos (Cfr. Hartley, 2004: 97).

- A teoria do agendamento, um dos núcleos de pesquisa que aponta para o regresso do poder *dos media* e, em especial, do jornalismo, pode ser objecto de abordagens cada vez mais complexas: com efeito, uma das questões que se coloca é o da desigual possibilidade de acesso à agenda mediática. Evidentemente que esta é em grande parte monopolizada por promotores cujas acções são, à partida consideradas importantes (os titulares dos poderes) e que, por isso, possuem acesso habitual aos *media* dispondo de maior capacidade para influenciar a sua agenda. Porém, pode haver questões que se transformam em acontecimentos através do chamado acesso disruptivo. Se o objectivo primordial da luta política consiste em fazer coincidir as suas necessidades de acontecimentos pragmaticamente motivadas com as dos profissionais do campo jornalístico, os exemplos da actualidade demonstram que há, também, uma luta pelo poder de agendar. Assim, a luta política tem como palco central uma luta em torno das construções de acontecimentos. Como Cobb e Elder já enunciavam em 1971, as capacidades de processamento e de atenção desenvolvidas por qualquer organização humana são necessariamente limitadas. Por outro lado, a agenda de controvérsia legítima de qualquer organização supõe a aceitação de algumas formas de conflito e a superação de outras. Porém, essa escolha reflecte e legitima a distribuição de poder entre grupos organizados. Nesse sentido, a noção de *agenda-setting* deve ser equacionada com a de enquadramento.

- Porém, para além destes elementos que consideramos interessante introduzir há um um problema estrutural que constituiu precisamente o contributo dos efeitos cognitivos mas que apelam ao desenvolvimento de uma nova síntese. O erro de fundo na sociologia da comunicação e na reflexão acerca da opinião pública continuou a fazer-se sentir no facto de os grupos primários se oporem aos *media* entendidos como centros emissores que ocupam uma posição piramidal. Ora a atenção que deve ser dada à presença dos *media* - que se entende por fundamental - tem a ver com o facto de ser impossível opor os *media* aos grupos, graças nomeadamente à omnipresença dos primeiros e à importância que as relações simbólicas têm vindo a adquirir na constituição dos próprios grupos, dos diferentes espaços públicos e até na consolidação e na problematização das formas de vida. Em todas as teorias que se debruçam sobre os efeitos de um modo unilateral e que não têm em conta a possibilidade de interpenetrações mútuas, vislumbra-se uma narrativa escondida do receio do triunfo da comunicação sobre a política, da forma sobre o fundo. Ao fazer-se isso, corre-se o risco de não compreender que o funcionamento da democracia está cada vez mais relacionada com os *media*, sendo que a opinião pública, a busca de influência e a constituição de formas activas de participação não tem necessariamente de se fazer apesar da presença dos *media*, mas com recurso a eles.

Nesta medida, o direito de comunicação reflecte-se nas nossas sociedades, como um direito de ingresso no espaço público, que passa por um direito de participação e visibilidade: acesso a periódicos, emissoras de rádio e, sobretudo ao pequeno écran”. Nesse sentido, a luta pela capacidade de agendar, a luta pela hegemonia, a defesa da afirmação de identidades cruza-se com a necessidade de pensar uma

O jornalismo e o sistema político: audiências e manipulação

nova retórica mediatizada. Simultaneamente, a negação desse direito conhece uma outra dimensão: a da infoexclusão.

Conclusão

A conclusão aponta pois, para uma nova síntese no plano da Teoria dos Efeitos:

- O reconhecimento do papel dos *media* para o qual contribuiu o modelo dos efeitos cognitivos e a superação dos efeitos limitados.
- A negação dos efeitos unilaterais e o reconhecimento das contradições inerentes às sociedades pluralistas, as quais passam por uma certa ponderação de elementos introduzidos, desde os anos 40, por hipóteses trabalhadas no âmbito dos efeitos limitados, e desde os anos 60 pela reavaliação da noção de público e de audiência.

BIBLIOGRAFIA

Blumer, Jay e Gurevitch, Michael(1995), *The Crisis of Political communication*, Londres, Routledge.

Cobb, Roger W. e Elder, Charles D., (1971), «The politics of Agenda Building: an alternative perspective for modern Democratic Theory» in *Jornal of Politics*, vol. 33.

Correia, João Carlos (2003), *Jornalismo e Espaço Público*, Covilhã, UBI.

Correia, João (2000), «O poder do jornalismo e a mediatização do espaço público» in *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº 27, *Jornalismos 2000*, pp. 193-212.

Correia, João Carlos (2002), «Comunicação, Mundo da Vida e Reificação» in Correia, João Carlos (org.), *Comunicação e poder*, Covilhã, UBI.

Correia, João Carlos (2004), *Para uma Teoria da Comunicação: os contributos de Schutz e de Luhmann para a “construção social da realidade”*, Covilhã, UBI in Santos, José Manuel e Correia, João Carlos (orgs.), *Teorias da Comunicação*, Covilhã, UBI.

Correia, João Carlos (2004 b), *Comunicação e cidadania: os media e a fragmentação do espaço público na sociedades pluralistas*, Lisboa, Horizonte.

Gitlin, Todd (2002), «Sociologia dos meios de comunicação social: o paradigma dominante» in Esteves, João Pissarra (Org.), org., *Comunicação e Sociedade*, Lisboa, Horizonte.

Habermas, Jürgen (1984), *Mudança estrutural da esfera pública*, Lisboa, Tempo Brasileiro.

Habermas, Jürgen (1996-b), *Between facts and norms*, Cambridge, MIT Press.

Luhmann, Niklas, (1981), «La improbabilidad de la comunicación», *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, Vol. XXIII, Paris, UNESCO.

O jornalismo e o sistema político: audiências e manipulação

Luhmann, Niklas, (1992), *A Improbabilidade da comunicação*, Lisboa, Vega.

Luhmann, Niklas. (2000), *La realidad de los médios de masas*, Barcelona, Anthropos.

Porto, Mauro (2004), «Enquadramentos da Mídia e Política» in Rubim, Albino (org.), *Comunicação e Política: conceitos e Abordagens*, Editora da Universidade Federal da Bahia (EDUFBA) e Fundação Editora (UNESP).

Saperas, Enric (1993), *Efeitos cognitivos da comunicação de massa*, Lisboa, ASA,1993.

CATACLISMOS E CATÁSTROFES: REFLEXÕES ACERCA DA RELAÇÃO ENTRE SISTEMA POLÍTICO E SISTEMA MEDIÁTICO

J. Paulo Serra*

Introdução

A relação entre o sistema político e o sistema mediático é, em plena “sociedade da comunicação”, mais problemática do que nunca.

As causas desta situação, que se afiguram diversas, podem ser e têm sido procuradas quer do lado do sistema político, quer do lado do sistema mediático. Assim, o sistema político é muitas vezes acusado de ter sido incapaz de adaptar as suas práticas a um tempo em que a política se faz, em grande parte, fora dos espaços tradicionais da política – nomeadamente nos *media* e pelos *media*; de reagir a esta incapacidade mediante a tentativa, mais ou menos explícita, de controlar e instrumentalizar o sistema mediático. Por seu lado, o sistema mediático é acusado, também muitas vezes, de transformar a política num mero espectáculo, demitindo-se de apresentar aos cidadãos os problemas relativos à coisa pública, as soluções e as alternativas políticas em presença e apostando na divulgação dos pormenores relativos à baixa política, à vida privada e mesmo íntima, ao escândalo mais ou menos rasteiro dos agentes políticos; de, eventualmente, se render à tentativa de controlo e instrumentalização protagonizada pelo sistema político para obter os correspondentes benefícios.

* - Departamento de Comunicação e Artes. Universidade da Beira Interior.

Todas e cada uma destas acusações têm os seus fundamentos. Pela nossa parte, no que se segue, queríamos menos acusar do que observar a forma como, a propósito de um tipo de acontecimento muito especial, os cataclismos e as catástrofes, se estabelece a relação entre o sistema político e o sistema mediático. Talvez no termo dessa observação concluamos que, afinal, ambos os sistemas colaboram, objectivamente, para um mesmo fim: a perda de confiança dos cidadãos no sistema político e a transformação de cada uma das sociedades em que vivemos e do seu conjunto em sistemas ingovernáveis. Tal não significa, necessariamente, o fim do mundo – mas quiçá a transição para um tipo de sociedade que nunca conhecemos, e que exige não só um novo tipo de políticos mas também um novo tipo de *media*.

1. A catástrofe como figura moderna

Malgrado a relativa confusão semântica que, nos dicionários da língua, envolve os termos “acidente”, “desastre”, “cataclismo” e “catástrofe”, a pragmática de tais termos indica que eles não só partilham uma mesma ideia de negatividade mas correspondem, também, a diferentes graus dessa mesma negatividade. No entanto, entre os dois primeiros termos – acidentes e desastres – e os dois últimos – cataclismos e catástrofes – não há não apenas uma diferença quantitativa; há também, e essencialmente, uma diferença qualitativa: se os acidentes e os desastres se referem a acontecimentos limitados em termos de espaço, de pessoas envolvidas e de efeitos, já os cataclismos e as catástrofes se referem a acontecimentos que envolvem espaços, pessoas e efeitos tão vastos que são, à partida, inimagináveis. Acrescente-se ainda que o termo “cataclismo” tende, hoje, a ser abandonado em favor do termo “catástrofe” – uma prática que aqui também seguiremos.

Cataclismos e catástrofes: reflexões acerca da relação entre...

Um exemplo claro da diferença entre as duas categorias de acontecimentos infaustos pode ser encontrado no *Cândido* de Voltaire, escrito escassos quatro anos depois do terramoto de Lisboa de 1755. Referimo-nos, mais concretamente, e no que se refere à primeira das categorias, ao naufrágio ocorrido já à vista do porto de Lisboa e em que morrem afogados todos os passageiros e tripulantes, à exceção de Cândido, Pangloss e um marinheiro; e, no que se refere à segunda categoria, ao terramoto que sobrevém quando as três personagens referidas fazem a sua entrada na cidade de Lisboa, e que Voltaire descreve da seguinte forma:

Porém, mal tinham posto os pés na cidade, chorando a desgraçada morte do seu benfeitor [Tiago, o anabaptista], sentiram a terra tremer-lhe debaixo dos pés; o mar embravecia-se ainda mais e arrastou os navios que estavam ancorados no porto. Turbilhões de chamas e de cinzas cobrem as ruas e as praças, as casas desmoronam-se, os telhados afundam-se e os alicerces dispersam-se, trinta mil habitantes de todas as idades ficam sepultados nas ruínas daquela opulenta cidade.¹

No seguimento da obra Voltaire descreve, de forma satírica, as duas respostas comuns dadas pelos seus contemporâneos a um tal acontecimento.

A primeira, corporizada no optimista universal que é Pangloss, supostamente inspirado em Leibniz e Pope,² é a que encara o terramoto como uma fatalidade que há que

¹ - Voltaire, *Cândido ou o Optimismo*, V, Lisboa, D. Quixote, 2003, p. 24.

² - De facto, Voltaire atribui este fatalismo não a Leibniz e a Pope mas a uma interpretação incorrecta desses autores feita por alguns dos seus leitores e (supostos) partidários. Cf. Voltaire, “Préface”, in *Poème sur le désastre de Lisbonne ou examen de cet axiome: tout est bien*, www.voltaire-integral.com.

aceitar, no pressuposto de que tudo o que acontece é exactamente o que deveria acontecer:

- Porque tudo isto – dizia ele [Pangloss] – é o que há de melhor; pois se há um vulcão debaixo de Lisboa ou nas suas cercanias, é prova evidente de que não pode estar noutra sítio; porque é impossível que as coisas não sejam o que são, atendendo a que tudo está bem.³

A segunda resposta, protagonizada pelo Santo Ofício, é a que encara o terramoto como fruto dos pecados dos homens – mais precisamente, de alguns homens – que há que exorcizar da forma mais radical possível, de forma a restabelecer uma ordem transcendente (supostamente) quebrada:

Depois do terramoto que tinha destruído três quartas partes de Lisboa, os sábios do país não encontraram meio mais eficaz para prevenir uma ruína total, do que oferecer ao povo um belo auto-de-fé; pois a Universidade de Coimbra tinha decidido que o espectáculo de queimar a fogo lento algumas pessoas, com as cerimónias e formalidades do estilo, era um segredo infalível para impedir a terra de tremer.⁴

Como o dá desde logo a entender o tom satírico que Voltaire utiliza para as caracterizar, nem a primeira nem a segunda das respostas são aceites pelo filósofo. Assim, no prefácio de um outro texto que dedicou expressamente ao terramoto, o *Poema sobre o Desastre de Lisboa*, publicado em 1756, diz Voltaire, referindo-se ao autor desse mesmo poema - a si próprio:

Ele confessa, pois, com toda a terra que há mal sobre a terra, assim como bem; ele confessa que nunca

³ - Voltaire, *Cândido ou o Optimismo*, V, p. 25.

⁴ - Voltaire, *ibidem*, VI, p. 27.

Cataclismos e catástrofes: reflexões acerca da relação entre...

nenhum filósofo conseguiu explicar a origem do mal moral e do mal físico; e que a bondade da Providência é o único asilo ao qual o homem pode recorrer nas trevas da sua razão e nas calamidades da sua natureza frágil e mortal.”⁵

Assim, nem o optimismo cruel de Pangloss, nem a sanha piedosa da Inquisição – mas tão-só a consciência de que há males no mundo, de que alguns desses males são absolutamente insuportáveis e escapam não só à compreensão como ao controlo do homem. Se alguma “positividade” há em cataclismos e catástrofes – Voltaire chama-lhe, ainda, “desastres” -, é a de mostrar a todos, em toda a sua crueza, a dor e a fragilidade inultrapassáveis dos humanos.

Este regresso aos textos de Voltaire sobre o terramoto de Lisboa só aparentemente é anacrónico. Com efeito, eles ilustram, de forma perfeita, o modo como começa a ser construída a “figura moderna da catástrofe”, como lhe chama Luhmann, que a define como “a ocorrência que ninguém quer e em relação à qual não são aceitáveis nem cálculos de probabilidade nem avaliações de risco nem opiniões de peritos”.⁶ É precisamente por ser o que permanece exterior àquelas que se revelam como características essenciais da modernidade - os cálculos de probabilidade, as avaliações de risco e as opiniões de peritos -, que a catástrofe pode ser considerada como uma “figura moderna”.

Mas a catástrofe é uma “figura moderna” também em três outros aspectos.

Em primeiro lugar, na medida em que a modernidade vê surgir catástrofes que resultam, em grande parte, da acção

⁵ - Voltaire, “Préface”, *Poème sur le désastre de Lisbonne ou examen de cet axiome: tout est bien*.

⁶ - Niklas Luhmann, *Observations on Modernity*, Stanford University Press, 1998, p. 70.

humana, de soluções humanas para problemas humanos como a fome, a falta de habitação, a necessidade de energia, etc. Assim, à juntar às catástrofes como as que são exemplificadas por Voltaire – pestes e tremores e terra, a que poderíamos juntar ainda secas, fomes, inundações, trovoadas ou vagas de calor -, temos toda uma série de catástrofes ditas “ambientais”, de que *Three Miles Island*, *Chernobyl* ou, mais recentemente, a maré negra provocada pelo *Prestige*, são alguns dos exemplos mais conhecidos. E, numa situação em que a relação do homem com o meio ambiente se tornou tão estreita, em que a distinção entre o “natural” e o “artificial” se foi progressivamente esbatendo, todos os acontecimentos “naturais” – por exemplo um terramoto – acabam por ser também “artificiais”, se não nas causas próximas, pelo menos nas causas remotas e nos efeitos imediatos. É o caso, por exemplo, do terramoto que destrói uma cidade inteira, e que levanta sempre questões como as seguintes: porque se construiu naquele sítio? Porque se construíram habitações sem a segurança necessária?

Em segundo lugar, na medida em que as catástrofes deixam de ser acontecimentos raros e anormais, para se tornarem ocorrências cada vez mais frequentes e “normais”.⁷

Em terceiro lugar, na medida em que, se Voltaire ainda consegue ver a catástrofe à distância, emocionar-se com ela como se ela fosse sempre a catástrofe dos outros, no sistema mundial e interdependente que é o nosso, as catástrofes de uns são, cada vez mais, as catástrofes de todos – dando origem a uma situação em que, como diz Luhmann, “a fonte primária de incerteza social já não são os outros indivíduos mas antes o contexto ecológico no qual evolui o sistema social”.⁸

⁷ - “As catástrofes já não são limitadas espacial ou temporalmente”.
Luhmann, *Observations on Modernity*, p. 85.

⁸ - Luhmann, *Observations on Modernity*, p. 97.

Cataclismos e catástrofes: reflexões acerca da relação entre...

Se atentarmos novamente na definição luhmanniana de catástrofe – “a ocorrência que ninguém quer e em relação à qual não são aceitáveis nem cálculos de probabilidade nem avaliações de risco nem opiniões de peritos” -, não é difícil ver que estamos perante um tipo de acontecimento marcante quer para o sistema político quer para o sistema mediático. Para o sistema político, na medida em que a catástrofe representa, por definição, a antítese daquilo que, desde Platão e Aristóteles, é visto como a essência da política: a construção de uma ordem racional, assente na Ideia de Bem, no caso do primeiro;⁹ uma acção assente na prudência, no caso do segundo.¹⁰ Para o sistema mediático, na medida em que a catástrofe representa uma espécie de ponto supremo do informativo – o absolutamente imprevisto, o sublimemente horrível, o racionalmente injustificável. Por isso mesmo, e aqui reside o nosso interesse principal, a catástrofe é um acontecimento que permite revelar, como nenhum outro, o tipo de relação que entretêm ambos os sistemas, o político e o mediático.

2. A política num mundo complexo

Já no século XVIII a *Encyclopédie* considera ainda que “a filosofia política ensina os homens a conduzirem-se com

⁹ “Depois de terem visto o bem em si, usá-lo-ão como paradigma, para ordenar a cidade, os particulares e a si mesmos, cada um por sua vez, para o resto da vida (...)”. Platão, *A República*, 540 a-b, Lisboa, Gulbenkian, 1972, p. 360.

¹⁰ - Na sua *Política*, diz Aristóteles: “Nós chamamos homem bom e prudente ao governante responsável e dizemos que o político deve ser prudente”. Aristóteles, *Política*, Livro III, 4, 1277 a, 12-16, Lisboa, Vega, 1998, pp.197-199. E, noutro ponto: “A prudência é a única virtude peculiar ao governante. As outras formas [Aristóteles refere a temperança, a justiça e a coragem] parecem pertencer tanto aos governantes como aos governados. A virtude peculiar aos governados não pode ser a prudência, mas a opinião verdadeira.” Aristóteles, *ibidem*, Livro III, 4, 1277 b, 25-30, p. 201.

prudência, seja à cabeça de um estado seja à cabeça de uma família.”¹¹ Tal não obsta a que, algumas linhas depois, a mesma filosofia política seja qualificada como “esta ciência tão útil e tão perigosa”. Se a utilidade parece óbvia, a perigosidade resulta, em primeiro lugar, do reconhecimento de que, como afirma ainda a *Encyclopédie*, “a face da terra experimentou tantas revoluções, e os costumes mudaram tanto, que o que era muito sábio no tempo em que Aristóteles escrevia, não o seria se o pusesse hoje em prática”.

Este processo de mudança permanente, que se encontra presente nas primícias do pensamento ocidental - e, podemos dizer, define mesmo o Ocidente enquanto tradição específica -, só se torna totalmente *aparente* com a tecnociência moderna, configurando aquilo a que sociólogos contemporâneos como Anthony Giddens e Ulrich Beck têm vindo a designar por “reflexividade”,¹² mas de que já nos meados do século passado um autor como Teillard de Chardin tinha ligado ao pensamento em geral e sublinhado os efeitos.¹³

¹¹ - “Politique (Philosophie)”, in *Encyclopédie de Diderot et D’Alembert*, Volume 16 (Tomo IX do original), Milão, Franco Maria Ricci, 1978, P-111.

¹² - Cf. Anthony Giddens, *As Consequências da Modernidade*, Oeiras, Celta, 1992; Ulrich Beck, *Risk Society. Towards a New Modernity*, London, Sage Publications, 1998.

¹³ - “Ora, com a primeira centelha de Pensamento surgida na Terra, a Vida engendrou um poder capaz de a criticar e de a julgar. Risco formidável, amortecido durante muito tempo, mas cujos perigos se manifestam com o nosso primeiro despertar para a ideia de evolução. Como filhos que cresceram – como operários que se tornaram ‘conscientes’, nós estamos a descobrir que Algo se desenvolve no Mundo, por meio de nós próprios – talvez à nossa custa. E, o que é ainda mais grave, apercebemo-nos de que, na grande partida que se joga, nós somos os jogadores ao mesmo tempo que as cartas e a entrada”. Pierre Teillard de Chardin, *O Fenómeno Humano*, Porto, Livraria Tavares Martins, 1970 (1940), p. 248; sobre o conceito de “reflexão”, cf. p. 169-170.

Cataclismos e catástrofes: reflexões acerca da relação entre...

É certo que o poder sobre a natureza que a tecnociência propicia ao homem é visto, numa primeira fase – que irá até meados do século XIX –, como fonte de previsão e controlo e, assim, como o principal instrumento da construção, finalmente possível, de um mundo humano ordenado de forma racional. No entanto, logo se verifica que a tecnociência acarreta, simultaneamente, imprevisão e descontrolo – que quanto maiores são a previsão e o controlo a certos níveis, maiores são a imprevisão e o descontrolo a outros níveis, que quanto maiores são a previsão e o controlo a nível local, maiores são a imprevisão e o descontrolo a nível global.

A razão disso reside na própria natureza da tecnociência moderna. Por um lado, ao ser um saber especializado, das causas e dos efeitos relativos a uma região ontológica determinada, ela não pode deixar de ter, como contraponto, o desconhecimento de cada uma e do conjunto de todas as outras regiões ontológicas. Por outro lado, ao mobilizar tecnologicamente as causas – limitadas – que conhece, procurando produzir efeitos determinados e limitados, ela não pode deixar de produzir efeitos que são, ou desconhecidos, ou inesperados e indesejados; e de tal modo que, quanto maior a potência das causas mobilizadas pelo agir científico-tecnológico, maior a potência deste último tipo de efeitos.

O resultado é, assim, um mundo não apenas cada vez mais desconhecido à medida que vai sendo conhecido, como cada vez mais incontrolável à medida que vai sendo – ou pretendendo ser – controlado. O que, colocado em termos da que Comte considerava ser a verdadeira consigna da ciência moderna – “Ciência, donde previsão; previsão, donde acção”¹⁴ –, significa que o conhecimento científico torna cada

¹⁴ - “En résumé, science, d’où prévoyance; prévoyance, d’où action (...)”. Auguste Comte, *Philosophie Première - Cours de Philosophie Positive, Leçons 1 à 45*, Paris, Hermann, 1975, p. 45.

vez mais difícil quer a previsão quer a acção sobre o mundo. Desta forma – e aqui reside a decisiva antinomia da tecnociência -, à medida que aumenta o poder do homem sobre a natureza, aumenta o poder da natureza sobre o homem; ou, como também se poderia dizer, a liberdade de acção do homem é, cada vez mais, uma necessidade de reacção – que visa, precisamente, anular ou limitar os efeitos inesperados e indesejados de uma acção sua prévia.

Neste mundo dominado pela incerteza e pela improbabilidade, em que do futuro só se pode dizer que será diferente do presente e do passado, torna-se cada vez mais difícil qualquer definição da “prudência” – até porque aquilo que num momento se considera como “prudente” poderá vir a revelar-se, no momento seguinte, como altamente “imprudente”. Assim, estamos todos sempre à beira da catástrofe mais ou menos literal.

O risco sempre presente da catástrofe coloca o decisor político perante o dilema entre agir – e provocar efeitos inesperados e incontrolláveis - ou não agir – e sofrer efeitos não menos inesperados e incontrolláveis. No entanto, o político não pode aparecer, em face da “opinião pública” – nos meios de comunicação de massas - como alguém que se nega a agir. A solução do dilema parece óbvia: “interrogam-se os peritos ou procura-se o consenso”.¹⁵ Pode-se argumentar, é claro, que esta terceira via não é uma verdadeira solução – mas o mero adiamento do dilema entre acção e não acção. No entanto, face à “opinião pública”, a solução do decisor político é perfeitamente eficaz: ela mostra que ele se preocupa não apenas em decidir mas em decidir da melhor maneira possível, de forma sábia e prudente - ainda que, como dissemos atrás, a “prudência” seja hoje um conceito mais do que problemático.

¹⁵ - Niklas Luhmann, *Risk: a Sociological Theory*, Berlin, New York, Walter de Gruyter, 1993, p. 173.

Cataclismos e catástrofes: reflexões acerca da relação entre...

Esta autêntica transmutação de uma não acção numa (suposta) acção, de uma indecisão numa (suposta) decisão só é possível porque, ao contrário da política tradicional, assente no chamado “segredo de Estado”, a política moderna assenta na publicidade do Estado, na comunicação não apenas do que se faz mas também e sobretudo do que se pensa fazer, na observação dos efeitos dessa comunicação na “opinião pública” e na adaptação permanente dessa comunicação em vistas de uma opinião favorável.¹⁶ Esta necessidade de comunicação faz com que a actividade do político tenda a concentrar-se, quando não a resumir-se mesmo, cada vez mais, na resposta às injunções permanentes da “opinião pública” – que, no limite, exige tudo e já. Mas essa resposta é, antes de mais, a comunicação de uma resposta; de facto, se os problemas só se tornam problemas para a sociedade porque há uma comunicação mediática que os comunica como problemas, a (suposta) solução de tais problemas tem de passar, também, pela comunicação mediática dessas soluções. Mas, e dada a crescente ausência de soluções, essa comunicação é, cada vez mais, apenas a comunicação da própria comunicação.

Ora, é precisamente em relação às catástrofes que esta natureza da política contemporânea se revela de forma clara. Em relação a elas, o político é obrigado a demonstrar, da forma mais clara possível, que elas não se devem nem à

¹⁶ - “Enquanto que a velha política do estado colocou a sua fé na *raison d'état*, e com referência a este princípio justificou o facto de manter as intenções, e, quando necessário, os actos secretos no interesse da consecução dos seus fins, hoje impõe-se o problema inverso: têm de ser tornados públicos actos que, possivelmente, nem sequer terão lugar, ou que podem não ter os efeitos que lhes são atribuídos. Tem que se estar permanentemente à vista e dirigir a sua atenção para observar sob que condições e com que expectativas se é observado. Não se deve esconder as suas intenções mas anunciá-las.” Niklas Luhmann, *Risk: a Sociological Theory*, p. 146.

sua acção nem à sua não acção – que ele (político) é, paradoxalmente, um agente que é um não agente, um agente que está para lá do dilema entre acção e não acção.

Mas terá algum sentido exigir esta demonstração do político? Tem, na medida em que é a política que cria, para si própria, esta exigência de demonstração. Aquilo de que se trata é, aqui, de mais um exemplo daquilo a que, ao referir-se ao Estado de Bem-Estar, Luhmann chama a “sobrecarga do sistema político sobre si mesmo”.¹⁷ Ao assumir-se como “Estado de Bem-Estar”, o Estado passa a auto-responsabilizar-se por tudo o que faz e deixa de fazer.¹⁸

Ora, se esta auto-responsabilização do Estado por tudo e por todos ainda era pensável – ainda que problemática – no âmbito limitado de cada Estado-Nação, numa sociedade cada vez mais mundial e globalizada como a actual, a interdependência dos factores, a complexidade e a improbabilidade são de tal ordem que ela só pode ser

¹⁷ - “Ao princípio do Estado de Bem-Estar subjaz a ideia de que toda a procura de meios de ordenação públicos ou de orçamentos públicos deve tomar-se a sério a partir do momento em que pode ser anunciada no teclado da opinião pública, das pessoas politicamente importantes ou do direito.” Niklas Luhmann, *Teoría Política en el Estado de Bienestar*, Madrid, Alianza Editorial, 1997, p. 154.

¹⁸ - Como exemplifica Luhmann em relação à questão específica dos “riscos”: “Por razões ao mesmo tempo estruturais e semânticas, o sistema político é hoje pressionado para politizar riscos qualquer que seja a sua proveniência, sejam emissões industriais ou Aids, condução negligente ou condutores de autocarro ou camião esgotados, formas de vida geneticamente manipuladas e reprodutíveis, ou o risco de se tornar um inválido, onde isto não foi coberto até agora pelo seguro de saúde. E o que fazem as estâncias de férias quando os turistas deixam de vir, ou os agricultores quando não podem vender o seu produto a preços de mercado? Voltam-se para os políticos em busca de ajuda logo que o problema atingiu proporções que parecem tão grandes que as precauções pessoais contra o risco não são efectivas. Luhmann, *Risk: a Sociological Theory*, p.160.

“governada” *a posteriori* e por ensaio e erro; a antecipação e a planificação tornam-se cada vez mais difíceis ou mesmo impossíveis. Não admira assim que, que na actividade política em geral, verbos como “prever” ou “planificar” tendam, cada vez mais, a ser substituídos por fórmulas como “esperamos que”, “acreditamos que”, que colocam uma tal actividade num nível que podemos situar algures entre a astrologia e a meteorologia. Por outro lado, se os problemas que se colocam às sociedades são globais, as soluções desses problemas também só podem ser globais – o que tem como consequência que os políticos de cada um dos Estados-Nação, que constituem ainda a organização política de base, têm, por si sós, um poder de decisão extremamente limitado. Esta dificuldade poderia ultrapassar-se se houvesse a possibilidade de estabelecer instâncias de decisão a nível global – mas, por uma ou outra razão, essas instâncias ou não existem ou, quando existem, não se mostram capazes de decisões vinculativas.

3. *Boas notícias são más notícias*

Retomemos, aqui, o prefácio ao *Poema sobre o desastre de Lisboa* que citámos atrás. Logo no início, diz Voltaire:

Se alguma vez a questão do mal físico mereceu a atenção de todos os homens, foi nesses acontecimentos funestos que nos convocam à contemplação da nossa natureza frágil, como as pestes gerais que arrebataram um quarto dos homens no mundo conhecido, o tremor de terra que engoliu quatrocentos mil pessoas na China em 1699, o de Lima e de Collao, e em último lugar o de Portugal e o do reino de Fez.¹⁹

¹⁹ - Cf. Voltaire, “Préface”, in *Poème sur le désastre de Lisbonne ou examen de cet axiome: tout est bien*.

Os “acontecimentos funestos” de que fala Voltaire – as catástrofes – são acontecimentos informativos por excelência, se tivermos em consideração que o aforismo segundo o qual “boas notícias são más notícias” (*good news is bad news*) é o aforismo central da informação mediática contemporânea.

Este aforismo é geralmente interpretado como a expressão mais lídima daquilo a que se chama o “sensacionalismo” da informação mediática - derivado, por sua vez, dessa “curiosidade” que pode assumir formas mais ou menos mórbidas e a que autores como Aristóteles, Santo Agostinho e Heidegger dedicaram a sua atenção. No entanto, à luz da cibernética, e, mais especificamente, do conceito de homeostasia, ele pode e deve ser interpretado de uma forma totalmente diferente. Como é sabido, a homeostasia significa que, quando posto em desequilíbrio, qualquer sistema vivo tende a desencadear acções que permitam restabelecer o equilíbrio e a assegurar, assim, a sua continuidade. Para que a homeostasia funcione, o sistema deve integrar, como elemento, um qualquer mecanismo de recolha e de tratamento da informação respeitante ao seu próprio estado. Um tal mecanismo deve, por definição, alertar para os estados de desequilíbrio, potencialmente perigosos para o sistema, e não para os estados de equilíbrio; ou, como também se pode dizer, ele está orientado essencialmente para os desvios, que não para a normalidade, do funcionamento do sistema. Isto não significa, no entanto, que o mecanismo homeostático funciona apenas quando o sistema está em desequilíbrio – o que se passa é que, funcionando por assim dizer de forma latente, exercendo uma “vigilância” permanente, ele apenas intervém, de forma manifesta, quando se dá o desequilíbrio. A não ser assim – a estar constantemente a enviar sinais de risco que teriam de ser constantemente tomados em conta pelo sistema -, seria impossível ao próprio sistema funcionar.

Cataclismos e catástrofes: reflexões acerca da relação entre...

Os chamados órgãos de informação – os *media* – podem ser e têm sido vistos como uma espécie de mecanismo homeostático do sistema social, de garantes da “homeostasia social”.²⁰ De acordo com esta analogia, as “boas notícias” corresponderão ao funcionamento equilibrado ou normal do sistema - elas apenas dizem ao corpo social que tudo está bem e que, portanto, nada de especial se passa, pelo que não é preciso dizer que nada de especial se passa; quanto às “más notícias”, elas corresponderão a estados de desequilíbrio ou desvios do sistema em relação ao seu funcionamento esperado ou desejado, havendo, portanto, todo o interesse que sejam comunicadas ao/no sistema. Estas “más notícias” procuram, de acordo com as regras básicas do jornalismo objectivo, determinar não apenas o “quem?”, “o quê?”, o “quando?”, o “onde?”, mas, cada vez mais, o “porquê?”, isto é, as causas e as responsabilidades – como o comprova a ênfase que hoje se coloca no jornalismo dito “de investigação”.

Essas causas e responsabilidades são, invariavelmente, reconduzidas em última análise ao sistema político. Assim, por exemplo, se há acidentes de viação com mortos, feridos e danos materiais, é porque a estrada foi mal planeada e construída, as leis da condução não são as adequadas ou a repressão policial aos infractores não é suficiente – tudo coisas que, de forma mais ou menos directa, podem ser imputadas ao sistema político e à sua incapacidade de planificação, previsão e prevenção; uma incapacidade que, assumem implicitamente os *media* que dão as “más notícias”, seria ultrapassável se o sistema político tivesse tido devidamente em conta os avisos repetidos desses mesmos *media*. E, ao dar-se conta da imputação de causas e de

²⁰ - Cf. Norbert Wiener, *Cybernetics: or Control and Communication in the Animal and the Machine*, Cambridge, Mass., The MIT Press, 1965, pp.161-2 e passim.

responsabilidades que surge nos *media* – o meio em que se forma a “opinião pública” -, o sistema político tem de comunicar, o mais rapidamente possível, que irá modificar o que se exige seja modificado, sob pena de dar a ideia de que não se preocupa com a vida e o bem-estar dos cidadãos. Os políticos levam, portanto, muito a sério – ou, pelo menos, não podem deixar de dar a impressão disso – a função de aviso que os *media* atribuem a si próprios.

Ora, apesar de ser uma “má notícia” – logo, uma boa notícia – por excelência, a catástrofe distingue-se claramente das restantes “más notícias” em dois aspectos fundamentais.

Em primeiro lugar porque, se há acontecimentos em que se torna extremamente difícil, senão mesmo impossível, fazer a discriminação e a imputação das causas e das responsabilidades, eles são, seguramente, as catástrofes. As causas serão, aqui, múltiplas, complexas e de longo prazo – embora o acontecimento seja súbito e explosivo; as responsabilidades serão dos governantes em exercício mas também dos que os antecederam e, em última análise, de todos e de cada um dos cidadãos.²¹

²¹ - Veja-se, por exemplo, o caso dos incêndios em Portugal. Assim, em resposta à pergunta “Até que ponto é que grandes catástrofes ambientais, como os incêndios florestais em 2003 e 2004 em Portugal, vistas através da televisão, têm reflexos junto das populações?”, diz Luísa Schmidt: “A questão é que essas catástrofes foram sempre mal tratadas nos seus aspectos ambientais, e daí que acabem por ter pouco efeito. Nos incêndios, atribuiu-se culpas ora aos proprietários, ora aos bombeiros... ninguém contabilizou a riqueza natural que se perdeu. Há um problema de fundo que não foi tratado. Foi ridículo o tratamento que se fez do naufrágio do *Prestige*, com aquela ideia de que o mar acabava ali e que aqui já não era... foi tratado de uma maneira tão hipócrita em termos comunicacionais que acabou por não ter efeito praticamente nenhum. E a prova é que passado um ano não se tinha feito nada. O efeito da catástrofe depende da maneira como se aproveita a sua ocorrência.” Luísa Schmidt, “Os *media* analisaram sempre mal as catástrofes ambientais”, Entrevista de Carla Gomes, *QUERCUS Ambiente*, n.º 10, Outubro/2004.

Cataclismos e catástrofes: reflexões acerca da relação entre...

Em segundo lugar porque a comunicação mediática não consegue, aqui, exercer a sua função de aviso, de antecipação previsível do acontecimento – ao contrário do que acontece por exemplo quando, ao dar a notícia de repetidos acidentes num determinado local, prevê e antecipa futuros acidentes. Daí que, em regra, a sua surpresa perante os acontecimentos catastróficos seja tão grande ou maior ainda que a dos agentes políticos.

Não assumindo um tal facto – que, à partida, lhe poderia ser imputado, dada a sua assumida responsabilidade de “mecanismo homeostático” –, a comunicação mediática acaba por voltar-se mais uma vez para os agentes políticos para, também aqui, lhes imputar “responsabilidades” e os culpar pela sua incapacidade de “previsão” e de “prevenção”; uma imputação que, como acabámos de dizer, é no mínimo problemática.

Esta imputação generalizada dos “acontecimentos funestos” aos agentes políticos tem consequências profundas e, provavelmente, não previstas pelos próprios agentes do sistema mediático.

Uma primeira consequência é a inevitável politização dos *media*. De facto - e constituindo a política e os *media* aquilo a que Luhmann chama sistemas autopoieticos e auto-referentes -, tal como a política só consegue ocupar o espaço mediático tornando-se mediática, submetendo-se ao código informativo/não informativo próprio do espaço mediático, também os *media* só conseguem ocupar o espaço político politizando-se, isto é, submetendo-se ao código governo/oposição próprio do espaço político – pelo que todas as críticas aos governos redundam, automaticamente, em benefício da oposição e contribuem, assim, para a erosão cada vez mais rápida dos governos e, eventualmente, para a sua queda.

Uma segunda consequência, complementar da primeira, é a transferência da luta política daqueles que são os campos

de batalha tradicionais – o parlamento, o espaço público,²² as diversas instituições – para o espaço dos *media*. É aqui que o governo procura responder à sua oposição, isto é, à oposição da oposição propriamente dita e à oposição dos próprios *media* que dão as “más notícias”. (Trata-se daquilo a que podemos chamar a “mediatização da política”, com a condição de a não confundirmos com a mediatização dos políticos, com a transformação dos políticos – nomeadamente dos seus aspectos pessoais e privados - em vedetas do espectáculo noticioso).

Uma terceira consequência é o aumento do desequilíbrio do sistema social. Como sublinha Luhmann, a confiança é uma resposta fundamental para a complexidade do nosso mundo, para a existência de possibilidades praticamente ilimitadas e impossíveis de prever no presente.²³ E a confiança é um elemento essencial da política na medida em que entre o momento da decisão do político e os resultados dessa decisão pode mediar um tempo mais ou menos longo.²⁴ Não existindo essa confiança na decisão do político, os actores sociais – pessoas, empresas, instituições, etc. – verão o futuro como demasiado incerto e contingente para que possam determinar uma linha de acção. O resultado é a desconfiança generalizada, o medo de correr riscos, a retracção a todos os níveis, a estagnação ou mesmo a regressão. Assim, o que deveria funcionar como “mecanismo homeostático”, fator de equilíbrio – os *media* -, acaba por funcionar, de facto, como mecanismo anti-homeostático, fator de desequilíbrio.

²² - Referimo-nos, neste contexto, ao espaço público físico ou material - praças, ruas, avenidas, estádios de futebol, etc. - onde ocorrem comícios, manifestações e outros eventos políticos.

²³ - “A complexidade do mundo futuro reduz-se por meio do acto de confiança. Ao confiar, uma pessoa compromete-se com a acção como se houvesse apenas certas possibilidades no futuro”. Niklas Luhmann, *Confianza*, Barcelona, Anthropolos, 1996, p. 33.

²⁴ - Cf. Luhmann, *ibidem*, pp. 42-3.

5. Conclusão

Ao prometer permanentemente à sociedade mais do que aquilo que pode fazer – já que as promessas são ou parecem ser uma condição *sine qua non* do acesso ao governo -, o sistema político não pode deixar de, também permanentemente, incumprir as promessas feitas e, assim, ir perdendo a confiança dos cidadãos. A sua estratégia de comunicação, que seria importante se tivesse na base uma perspectiva realista dos problemas e das soluções, limita-se tão-só a adiar, por algum tempo, a decisão que a realidade dos factos impõe mais cedo ou mais tarde. Muitas vezes, essa realidade chega mesmo sob a forma da catástrofe: uma ponte que cai e mata dezenas de pessoas, um incêndio de verão que faz arder um país inteiro. Ora, a confiança tem uma natureza indutiva, no sentido em que são necessários muitos casos para a ir adquirindo e, por mais casos que haja, nunca se pode considerar como algo certo e garantido - bastando, no entanto, um único caso para a destruir.²⁵ Compreende-se assim que, quando em vez de um, os casos são frequentes, quotidianos, os resultados não possam deixar de ser catastróficos em termos da confiança dos cidadãos nos políticos ou, o que é o mesmo, da credibilidade destes.

O sistema mediático dá também o seu contributo, importante, para este resultado. Ao imputar, de forma generalizada, as causas e responsabilidades das “más notícias” aos agentes políticos, o sistema mediático acarreta uma erosão contínua do sistema político em geral e dos

²⁵ - “Uma mentira pode transtornar inteiramente a confiança e, pelo seu valor simbólico, erros demasiado pequenos e exposições falsas podem desmascarar o verdadeiro carácter de alguém, amiúde com um rigor implacável. O carácter compulsivo da generalização, o aumento da tensão devido à inevitabilidade de uma imagem simplificada do meio ambiente, encontra expressão na fragilidade da confiança.” Luhmann, *ibidem*, p. 49.

governos em particular, situando-se sempre, *malgré soi*, do lado da oposição, qualquer que esta seja. A assumpção deste papel pelos agentes do sistema mediático mostra, implicitamente, que eles continuam a atribuir à política uma força de condução da sociedade que ela de facto já não tem, atribuindo, a si próprios, uma função de orientação dessa mesma condução, numa espécie de versão moderna dos conselheiros do príncipe.²⁶

Sem políticos credíveis, sem a confiança dos cidadãos no sistema político, a sociedade torna-se absolutamente ingovernável. Mas este facto tem, pelo menos, um aspecto positivo: exige uma nova resposta para a complexidade, ou seja, novas formas do sistema político, do sistema mediático e da relação entre ambos. Que formas sejam essas, ainda é demasiado cedo para o saber. Mas elas passam, certamente, pela consciência de que a política é, como todas as outras actividades humanas, uma actividade de poderes e efeitos limitados, e que grande parte daquilo que hoje dela exigimos deve, pelo contrário, ser pedido à chamada “sociedade civil” – a cada um de nós enquanto cidadão.

²⁶ - Não será assim por caso que uma grande parte dos assessores dos políticos, nomeadamente dos que exercem funções governativas, são jornalistas e especialistas em “comunicação”. A função destes profissionais é, diz-se, tratar da “imagem” dos políticos, ou seja, filtrar as suas relações com a comunicação social, dando apenas a ver certas coisas e, mesmo estas, apenas de uma certa forma. No entanto, esta filtragem é muito mais do que isso - é uma verdadeira condução do político pelo assessor, que indica os temas, as formas e as ocasiões da intervenção pública do político.

BIBLIOGRAFIA

- Aristóteles**, *Política*, Lisboa, Vega, 1998.
- Beck**, Ulrich, *Risk Society. Towards a New Modernity*, London, Sage Publications, 1998.
- Chardin**, Pierre Teilhard de, *O Fenómeno Humano*, Porto, Livraria Tavares Martins, 1970.
- Comte**, Auguste, *Philosophie Première - Cours de Philosophie Positive, Leçons 1 à 45*, Paris, Hermann, 1975.
- D'Alembert**, Jean le Rond, **Diderot**, Denis (org.), "Politique (Philosophie)", in *Encyclopédie de Diderot et D'Alembert*, Volume 16 (Tomo IX do original), Milão, Franco Maria Ricci, 1978.
- Giddens**, Anthony, *As Consequências da Modernidade*, Oeiras, Celta, 1992.
- Luhmann**, Niklas, *Confianza*, Barcelona, Anthropos, 1996.
- Luhmann**, Niklas, *Observations on Modernity*, Stanford University Press, 1998.
- Luhmann**, Niklas, *Risk: a Sociological Theory*, Berlin, New York, Walter de Gruyter, 1993.
- Platão**, *A República*, Lisboa, Gulbenkian, 1972.
- Schmidt**, Luísa, "Os media analisaram sempre mal as catástrofes ambientais", Entrevista de Carla Gomes, *QUERCUS Ambiente*, n.º 10, Outubro/2004.
- Voltaire**, *Cândido ou o Optimismo*, Lisboa, D. Quixote, 2003.
- Voltaire**, *Poème sur le désastre de Lisbonne ou examen de cet axiome: tout est bien*, www.voltaire-integral.com.
- Wiener**, Norbert, *Cybernetics: or Control and Communication in the Animal and the Machine*, Cambridge, Mass., The MIT Press, 1965.

BLOGUES POLÍTICOS EM PORTUGAL: O dispositivo criou novos actores?

João Canavilhas*

Resumo: Num curto espaço de tempo, os *weblogs* (ou blogues) passaram de uma simples aplicação informática, a um importante dispositivo de comunicação. No ensino, na literatura, na ciência ou na política, o recurso aos blogues cresceu rapidamente devido à simultaneidade de duas características: baixo custo e facilidade de manuseamento.

Os blogues estabelecem relações privilegiadas com outros que abordam temáticas semelhantes, criando pequenas redes de interesses. Uma das comunidades mais interessantes é a dos blogues relacionados com actualidades políticas, grande parte dos quais produzida por desconhecidos no panorama mediático tradicional. Neste trabalho pretende-se averiguar se a blogosfera está a criar novos actores sociais e quais os motivos que levam à criação de um blogue político.

1. Nasce a blogosfera

Embora alguns autores defendam que o nascimento dos blogues coincide com o aparecimento das primeiras páginas na web, o conceito de blogue – enquanto sinónimo de página ordenada cronologicamente e com ligações a outras páginas – foi utilizado pela primeira vez em Dezembro de 1997, por Jon Barger. À luz deste conceito, o primeiro *post*¹ terá sido escrito no dia 1 de Abril de 1997.

Em 23 de Agosto de 1999 nascia o *Blogger*², uma ferramenta viria a ter um papel fundamental no crescimento

* - Departamento de Comunicação e Artes. Universidade da Beira Interior.

¹ - <http://archive.scripting.com/1997/04/01>

² - <http://www.blogger.com>

da blogosfera, já que permitiu a criação de blogues de uma forma fácil e intuitiva. A parte que faltava, o servidor gratuito para alojar as páginas, surgiu um ano depois, quando a *Pyra* lançou o *Blogspot*³. E os resultados foram imediatos: em Novembro desse ano já existiam mais de 10 mil blogues alojados nesta plataforma e a partir daí o crescimento foi exponencial. Se em Novembro de 2002 nasciam cerca de 2000 blogues por dia, em Junho eram já 15 mil, o que significa o aparecimento de um novo blogue em cada 5,8 segundos. No dia em que este artigo começou ser escrito, o *Technorati* registava 4,478,387 blogues: Três semanas depois, o número de blogues registados já ia nos 4.945.029, o que dá uma ideia do crescimento exponencial da blogosfera.

Também no caso português existe alguma polémica em torno daquele que deve ser considerado o primeiro blogue português. Tomando como boa a definição aplicada anteriormente, e retirando os casos de jornalismo colaborativo com submissão de artigos a um administrador, o primeiro blogue português terá sido o *Macacos Sem Galho*⁴, criado a 30 de Março de 1999.

No entanto, só durante o ano de 2003 viria a ocorrer a grande explosão da blogosfera. Se em Janeiro desse ano apenas 174 blogues estavam indexados no *Blogs em PT*⁵, em Julho o número atingia os 925 e em Novembro já eram 2.724⁶.

A chegada Pacheco Pereira⁷ à blogosfera foi um momento importante no crescimento da blogosfera portuguesa já que atraiu o interesse dos *media* tradicionais, sobretudo da imprensa generalista. O *Diário Económico* (Maio), o

³ - <http://www.blogspot.com>

⁴ - <http://www.macacos.com>

⁵ - <http://blogsemp.t.blogspot.com>

⁶ - Dados retirados do <http://blocodenotas.blogspot.com>

⁷ - <http://abrupto.blogspot.com>

Blogues políticos em Portugal: O dispositivo criou novos actores?

Público (23 de Junho) e a Visão (26 Junho) deram visibilidade a um fenómeno que estava em pleno crescimento e que cresceu ainda mais a partir daqui, quer no número de blogues, quer na quantidade de visitas.

Também as televisões fizeram alguns trabalhos sobre os blogues e, tal como nos jornais, os blogues mais referenciados foram o Abrupto, a Coluna Infame⁸, o Blog de Esquerda⁹, o País Relativo¹⁰, o Cruzes Canhoto¹¹, o Meu Pipi¹², os Marretas¹³ ou o Gato Fedorento¹⁴, tudo blogues ligados a política ou ao humor, sendo que nalguns casos se cruzam os dois campos.

Este súbito interesse dos *media* tradicionais deu um novo impulso ao crescimento que a blogosfera portuguesa já registava e, no final de 2004, estima-se que existam cerca de 90 mil blogues feitos por portugueses, embora apenas cerca de 25 mil tenham sido actualizados nos últimos 30 dias do ano.

Um dos assuntos que marca a blogosfera portuguesa desde o seu início é a discussão política entre a Esquerda e a Direita. Nascido em Outubro de 2002, o blogue A Coluna Infame (Pedro Mexia, Pedro Lomba e João Pereira Coutinho) foi um dos primeiros blogues políticos de grande impacto em Portugal e, apesar de ter acabado, continua a ser uma referência da Direita blogosférica. Durante algum tempo, a Esquerda foi defendida pelo Blogue de Esquerda (José Mário Silva e Manuel Deniz Silva), nascido a 1 de Janeiro de 2003, mas a 23 de Março juntou-se-lhes o País Relativo (Mariana Vieira da Silva, Pedro Adão e Silva, Mark Kirkby e Filipe Nunes).

⁸ - <http://colunainfame.blogspot.com>

⁹ - Actualmente em <http://bde.blogue.com.pt>

¹⁰ - <http://paisrelativo.blogspot.com>

¹¹ - <http://cruzescanhoto.blogue.com.pt>

¹² - <http://omeupipi.blogspot.com>

¹³ - <http://marretas.blogspot.com>

¹⁴ - <http://www.gatofedorento.blogspot.com>

Esta dicotomia Direita-Esquerda ganhou maior visibilidade no dia 1 de Abril de 2003, data em que o Blogue dos Marretas foi tomado “por um comando anarco-marxista, intitulado Movimento de Libertação dos Animais - Facção Tuga Rex”. No Dia das Mentiras, o Blogue dos Marretas simulou ter sido tomado¹⁵ por um comando de Esquerda, tendo sido alterado o *layout* e os conteúdos do blogue. Na caixa de comentários do blogue foi organizada a contra-revolução que haveria de conduzir ao aparecimento da UBL¹⁶ - União dos Blogues Livres - cuja finalidade é “promover a liberdade e a tolerância no universo da blogosfera de língua portuguesa”.

Com a blogosfera política marcadamente dividida, a partir daqui a polémica passará a ser uma constante entre os dois blocos, tendo inicialmente como pano de fundo a 2ª Guerra do Iraque.

Alguns dos blogues políticos que marcaram o início da blogosfera portuguesa foram, entretanto, desactivados, com alguns dos *bloggers* a juntarem-se em torno de projectos colectivos. Os novos protagonistas são outros, mas a blogosfera portuguesa continua a fervilhar, com um nível de discussão pouco visto nos meios de comunicação tradicionais. A variedade e qualidade da opinião disponível na blogosfera transformaram este espaço virtual num fórum de discussão impar, com regras e características muito próprias, a mais importante das quais é a completa liberdade de acesso ao espaço blogosférico. E é por isso que, embora o ritmo de crescimento da blogosfera tenha abran-

¹⁵ - O *layout* foi alterado, mas o post e respectivos comentários está disponível em <http://marretas.blogspot.com/2003/04/comunicado-do-movimento-de-libertao.html>

¹⁶ - <http://blogues-livres.mirrorz.com/>

Blogues políticos em Portugal: O dispositivo criou novos actores?

dado, os blogues que abordam questões políticas não param de crescer.

O livre acesso a um espaço de opinião não é o único requisito para quem cria o seu próprio blogue. Se a maioria dos utilizadores o faz pela necessidade de expressar opiniões, há 32% que criam um blogue com o objectivo de partilhar informação¹⁷. Isto implica a existência de uma audiência que, neste caso, tem de ser ganha. Esta questão resume-se numa frase de Katie Hafner¹⁸, escrita no *New York Times*: “*Never have so many people written so much to be read by so few*”.

Em Portugal, o número de blogues com um número de leitores superior a 500 por dia não ultrapassa os 40. No entanto, blogues como a Abrupto ou o Barnabé¹⁹ chegam a ter cinco mil vistas diárias, o que diz bem da sua importância. Na blogosfera interessa “quantos lêem” mas também “quem lê”, pois alguns meios de comunicação tradicionais recolhem aqui informações e opiniões, reproduzindo e ampliando os efeitos da blogosfera para um público mais vasto.

Esta crescente importância da blogosfera política foi o ponto de partida para este trabalho onde se pretende perceber quais os motivos que levam um cidadão a despende muito do seu tempo na manutenção de um espaço de opinião.

2. A blogosfera e suas relações

2.1 Blogues e política

Desde sempre, os Governos tiveram a tentação de limitar a liberdade dos *media*, recorrendo a mecanismo mais radi-

¹⁷ - Joana Batista – O Fenómeno dos Blogues em Portugal em <http://seminarioinvestigacao.blogspot.com/>

¹⁸ - Katie Hafner, “For Some, the Blogging Never Stops,” *New York Times*, 27 May 2004.

¹⁹ - <http://barnabe.weblog.com.pt>

cais e eficazes, como a censura, ou a formas discretas de controlo, como as pressões financeiras sobre as organizações mediáticas.

A alternância democrática acabou por criar blocos mediáticos que, apesar da alegada independência, ora estão alinhados com os partidos vencedores, ora estão com a oposição.

É neste contexto de controlo mediático que surge a blogosfera, entendida por alguns como a nova *Ágora*, mas que, em oposição ao espaço ateniense – concreto e localizado – é abstracto e universal.

Na blogosfera, o participante pode estar em qualquer local do mundo, tendo como única regra de participação, compartilhar um idioma com os seus interlocutores. Na blogosfera, o *blogger* não precisa de revelar a sua verdadeira identidade, o que permite uma participação mais descomprometida. Na blogosfera, o acesso ao espaço mediático não depende de qualquer tipo de organização, e é por tudo isto que é entendida como um verdadeiro espaço de liberdade de opinião.

O início da blogosfera portuguesa ficou marcada por uma fase intimista, em que os blogues se limitavam a ser um diário cibernético dos seus autores. Posteriormente, a blogosfera entrou numa fase mais politizada, com o aparecimento de pessoas que não encontravam nos jornais um verdadeiro espaço de debate. A estes juntaram-se outros sem filiação partidária, mas com fortes convicções políticas, pelo que rapidamente se geraram intensos debates.

Actualmente, a blogosfera funciona como um espelho da sociedade. Qualquer convulsão social ou acontecimento político tem efeito imediato na blogosfera, com o aumento do número de visitas e de *posts* editados. Foi assim nos atentados de Madrid, na morte de Sousa Franco, no processo que levou à indigitação de Santana Lopes, ou na chegada do chamado Barco do Aborto.

Blogues políticos em Portugal: O dispositivo criou novos actores?

Apesar da crescente importância da blogosfera, até meados de 2004 o fenómeno foi praticamente ignorado pelos políticos. À excepção José Magalhães e, mais tarde, de Pacheco Pereira, os políticos portugueses só prestaram alguma atenção aos blogues depois dos jornais de referência terem dado grande destaque à temática. Na campanha das Europeias já houve candidatos que recorreram aos blogues, como Manuel Monteiro. Posteriormente, foi a própria Assembleia da República²⁰ a oferecer aos deputados a possibilidade de ter um blogue, reforçando assim a importância do fenómeno.

A nível internacional, a 2ª Guerra no Golfo e, sobretudo, o processo eleitoral norte-americano, foram dois momentos altos da blogosfera, com os *media* tradicionais a recorrerem a este novo dispositivo como fonte. Em Julho de 2004, a CNN informou em comunicado que seguiria a Convenção democrata através de blogues. Dando mostras da importância atribuída a este suporte, a estação televisiva chamou a estas funções alguns dos seus melhores jornalistas, como Candy Crowley. O interesse pelo tema despertou a atenção do próprio *Technorati*, que pela primeira vez abriu uma secção²¹ específica para seguir um tema. David Sifry, fundador da empresa, justificou esta iniciativa com o objectivo de ajudar *bloggers*, jornalistas e público em geral a seguir de as convenções de uma forma mais próxima e com uma maior variedade de opiniões.

As protagonistas das Presidenciais americanas de 2004 também colaboraram na afirmação da blogosfera como instrumento político. Todos os candidatos democratas criaram blogues, havendo mesmo alguns que criaram diferentes blogues dirigidos a diferentes públicos-alvo. Howard Dean, o primeiro candidato a criar o seu blogue²², chegou

²⁰ - <http://blogs.parlamento.pt/indice/>

²¹ - politics.technorati.com

²² - <http://www.blogforamerica.com>

a conseguir 30 mil visitas por dia. Mais tarde, tanto Bush como Kerry, fizeram dos seus blogues um diário de campanha, cimentando assim a importância deste novo instrumento na política moderna.

2.2 Blogues e Jornalismo

Um dos fenómenos associados ao crescimento da Internet foi o nascimento dos jornais *online*. Paralelamente, um pouco por todo o mundo foram aparecendo publicações *online* de cariz informativo sem a participação de jornalistas, e publicações nascidas do Jornalismo Colaborativo, também chamado Jornalismo Participativo. É o que acontece no jornal sul-coreano *OhmyNews*²³, por exemplo, onde diariamente milhares de cidadãos anónimos enviam notícias da sua cidade.

Por Jornalismo Participativo entende-se “o acto de um cidadão ou grupo de cidadãos desempenhar um papel activo no processo de recolha, análise, produção e distribuição de notícias e informações. O objectivo desta participação é oferecer informação independente, fidedigna, variada, precisa e relevante para o funcionamento da democracia.”²⁴

Este conceito parece suficientemente abrangente para incluir os blogues, sobretudo aqueles que se dedicam à actualidade política. Se pensarmos nos blogues de jornalistas, então a definição torna-se ainda mais exacta.

Porém, entre os blogues e este tipo de publicações há uma diferença fundamental: nos sites de jornalismo participativo existe um conjunto de editores/administradores que filtram as informações recebidas, enquanto nos blogues o controlo é exclusivo do *blogger*, já que é ele o único *gatekeeper*.

²³ - <http://www.ohmynews.com>

²⁴ - We Media, disponível para download em http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf

A grande semelhança entre os blogues e o jornalismo acontece apenas ao nível de um género específico: a opinião. Os textos de opinião publicados nos jornais exprimem as posições do autor em relação a determinados acontecimentos que despertaram o seu interesse, e o blogue é, por definição, um espaço de opinião pessoal do autor. A este nível, os *posts* podem ser vistos como um produto jornalístico, mas apenas neste caso.

Mas há outros níveis onde a relação entre blogues e jornalismo é mais estreita, com benefício para ambos. É inegável que os blogues se tornaram uma fonte de informação importante para os *media* tradicionais. Editores, chefes de redacção e jornalistas de todo o mundo recorrem aos blogues para conseguirem opiniões de especialistas ou para obterem reacções rápidas a determinados acontecimentos. Drezner e Farrel²⁵ apontam “quatro razões que justificam a ligação entre a mediasfera e a blogosfera:

- 1. Benefícios materiais:** O crescimento dos conteúdos pagos e conseqüente perda de leitores, obriga os jornais a manterem alguma oferta gratuita como forma de atrair leitores para o pagamento dos conteúdos. O recurso ao blogues foi a solução encontrada para uma oferta de informação sem investimento em recursos tecnológicos ou consumíveis. Mas a associação entre as empresas jornalísticas e a blogosfera vai ainda mais longe: algumas empresas estão a oferecer aos leitores a oportunidade de terem o seu próprio blogue. O *Le Monde*²⁶, por exemplo, está a conseguir um relativo êxito graças a esta iniciativa.

²⁵ - DREZNER, D. W. e FARRELL, H. , [2004] *The power and politics of blogs*

²⁶ - <http://www.lemonde.fr/web/blogs/0,2-3506,48-0,0.html>

2. **Redes pessoais:** há uma estreita relação entre os primeiros *bloggers* e os jornalistas, sendo que muitos dos pioneiros da blogosfera eram jornalistas. Isto criou um ambiente de cumplicidade entre *bloggers* e *opinion makers*, fazendo emergir uma atmosfera de credibilidade onde foram aparecendo novos blogues.
3. **Especialização:** pela sua própria natureza, os *bloggers* são um grupo marcado pela grande diversidade cultural, social e geográfica. Esta diversidade permite uma grande especialização em determinados assuntos, justamente o contrário daquilo que acontece nos *media* tradicionais de referência.
4. **Velocidade:** a versatilidade e baixo custo dos blogues são duas vantagens competitivas, pois permitem reacções rápidas. Muitos jornais utilizam-nos para a cobertura de determinados acontecimentos em tempo real, criando assim uma relação mais forte com os seus leitores tradicionais.

A estas quatro características fundamentais podemos juntar outras: o recurso aos *blogrolls*, por exemplo,²⁷ possibilita a criação de redes entre blogues que abordam temáticas semelhantes, podendo o leitor aceder rapidamente a diferentes visões de um acontecimento. Para além disso, os sistemas de comentários possibilitam perceber rapidamente o *feed-back* acerca desse mesmo assunto. Este partilhar de interesses permitiu ultrapassar uma fase de grande tensão entre a blogosfera e os jornais, entrando-se agora numa nova fase de colaboração. Os blogues ainda fazem pouca investigação no terreno e por isso centram a sua actividade no comentário e na investigação de algumas notícias publicadas nos jornais *online*. Recorrendo às ferramentas da Internet,

²⁷ - Colecção de links existentes nos blogues que, por norma, são os favoritos desse autor

Blogues políticos em Portugal: O dispositivo criou novos actores?

os *bloggers* desenvolvem o seu trabalho e publicam investigações que, muitas vezes, são recuperadas pelos jornais.

3. Actores e Dispositivos

3.1 Definição de conceitos

Para Blumler e Gurevitch²⁸, o processo de comunicação política deve ser visto como um sistema relacional entre instituições políticas e organizações mediáticas. O sistema funciona com base na interdependência mútua e no facto de ambas as partes se legitimarem na sociedade, uma através do voto, outra através da audiência.

Os *media* dependem das organizações políticas na medida em que estas são o motor das instituições económicas, sociais e culturais, sendo ainda produtores de acontecimentos e opiniões.

As instituições políticas, por seu lado, dependem dos *media* porque são eles quem detém o sistema que lhes permite chegar a grandes audiências, ao público que pode legitimar a renovação do seu poder.

Assim, distinguimos claramente dois elementos preponderantes no processo de comunicação política: os actores e os dispositivos de comunicação.

Os actores são os intervenientes activos no processo de comunicação, aqueles que pretendem renovar o seu poder através da legitimação da opinião pública:

Missika e Wolton²⁹ identificam quatro tipos de actores de comunicação política:

- **Homens políticos** - legitimados pelas eleições
- **Jornalistas** - legitimados pelos leitores e no cumprimento de uma necessidade social de liberdade de expressão

²⁸ - Blumler, J. e Gurevitch (1995), 12-13

²⁹ - Jean-Louis Missika e Dominique Wolton, *La Folle du Logis*, Paris, Gallimard, 1983, pp 313-316

- **Actores sociais e profissionais** - legitimados pela eleição entre os seus pares
- **Intelectuais** - legitimados pelos **media** que os convidam dada a sua ligação ao ensino e à cultura

Os dispositivos³⁰, aqui considerados num sentido amplo, são os elementos passivos do sistema, aqueles permitem ao actor chegar ao elemento legitimador do poder, as audiências. Assinalamos, assim, os seguintes dispositivos:

- **Meios de comunicação social**
- **Palcos das intervenções públicas** - comícios, colóquios, sessões de esclarecimento
- **Organizações sociais** - associações profissionais, instituições de ensino, etc
- **Suportes culturais** - livros, cd's, etc

É visível que existem diferenças fundamentais entre os vários dispositivos referidos, o que condiciona de forma definitiva a projecção do actor que a ele recorre. Estas diferenças revelam-se a três níveis:

- **Condições de acesso** - “Quem” e “como” se pode aceder a determinado dispositivo
- **Dimensão da audiência** - Quantidade de pessoas que, potencialmente, podem contactar o actor, ainda que virtualmente.
- **Distribuição** - Forma como a audiência acede

Cruzando estes dados percebe-se facilmente que o dispositivo mais poderoso é aquele que apresenta maiores audiências o que, no caso da televisão, por exemplo, é uma consequência da distribuição e acesso, pois entra em casa das pessoas sem que elas tenham que fazer qualquer esforço. Os restantes *media* têm também um papel preponderante na projecção de novos actores, sendo, em conjunto com a televisão, os dispositivos mais poderosos.

³⁰ - Adaptação a partir da noção apresentada por Mário Mesquita, O Quarto Equívoco, Coimbra, Minerva, 2004, p 94

Blogues políticos em Portugal: O dispositivo criou novos actores?

Assim, o acesso aos *media* surge como uma questão fundamental, quando espaço público e espaço mediático parecem confundir-se.

Porém, o acesso aos *media* não depende apenas do interesse de uma das partes, mas da negociação entre ambas. À partida, as normas de ética jornalística implicam a independência dos *media*, mas na prática sabe-se que existe uma política editorial que privilegia a cobertura de determinados acontecimentos ou pessoas em detrimento de outras. Warren Breed³¹ destaca que esta política editorial é determinada pelos quadros superiores da organização sendo, geralmente, seguida pelos jornalistas. Para conseguirem uma integração plena e o reconhecimento dos seus colegas e superiores, os novos jornalistas tendem a redefinir os seus valores até ao nível mais pragmático da redacção. Por isso, a política editorial acaba por ser determinada pela organização, sendo ela a detentora da chave que dá acesso aos *media*.

Daqui sobressai o acesso ao dispositivo como um momento de importância crucial na criação de novos actores no sistema de comunicação política.

3.2 A legitimidade do novo actor

Ao escrever num jornal de referência, o autor do texto de opinião sabe que vai chegar aos leitores dessa publicação, tendo assim uma audiência garantida pela própria força que esse jornal conseguiu junto da opinião pública.

O espaço onde vai tornar pública a sua opinião – o jornal – é legitimado pelo número de leitores da publicação.

O autor da opinião, por seu lado, é legítimo pelo reconhecimento que lhe é conferido, ao ser convidado pelo editor para expressar a sua opinião no jornal.

³¹ - Jornalismo: Questões, teorias e histórias, de Nelson Traquina, Lisboa, Veja, 1983, pp 152-154

Por fim, o editor é legitimado entre os pares ou pela empresa, ao ter sido escolhido para um cargo que lhe confere tais poderes.

No caso do *blogger*, o acesso ao espaço é livre, mas o *blogger* tem consciência de que terá de criar o seu próprio público. Isso dependerá da credibilidade que conseguir granjear através de referências feitas por outros membros da comunidade. As referências são os *links* para a sua página, quer através de um link permanente, quer através de citações. Em termos técnicos, estas referências dividem-se em dois grupos:

- *inbounds links* - são links efectuados a partir de outros sites, sejam ou não blogues.

- *inbound blogs* - são links efectuados a partir de outros blogues, com a particularidade de apenas ser contabilizado um registo para cada ligação. Ou seja, independentemente do número de *links* feitos partir de um blogue, o contador considera apenas um *inbound* por blogue.

A credibilidade, materializada no número de *links*, pode ser medida com recurso a várias ferramentas, como o Tecnorati, por exemplo, uma ferramenta informática que contabiliza os *links* e disponibiliza um top.

Em princípio, quanto mais *links* tiver um blogue, mais conceituado será dentro da comunidade, pelo que os *bloggers* criam mecanismos para subir nestes tops, como a troca de *link* ou as citações mútuas. Existem também formas fraudulentas de subir nos tops, como criar páginas web com centenas de *links* para um blogue, fazendo assim com que este suba nos *inbound links*. Porém, essa subida não é acompanhada nos *inbound blogs*, e por isso estes blogs acabam por ser limpos dos tops pelos respectivos administradores.

Também é possível aferir o prestígio de um blogue é através da audiência, isto é, do número de vistas. Também

Blogues políticos em Portugal: O dispositivo criou novos actores?

neste caso existem formas de subir nos tops, como a contagem das visitas próprias e a inclusão de palavras muito procuradas nos *tags* do código fonte ou nos nomes das fotos incluídas nos *posts*. A maior parte dos motores de busca disponibilizam a relação das palavras mais procuradas mensalmente, pelo que a inclusão de palavras como sexo, jogos ou mp3, são iscos certos para atrair visitas.

Estas estratégias resultam no curto prazo, mas no médio-longo prazo o blogue voltará ao seu número de visitas habitual, caso não tenha qualidade.

A melhor forma de medir a credibilidade de um blogue junto da comunidade é o cruzamento do número de *Inbound* blogs com o das visitas. Não será coincidência que os blogues com maior visibilidade se encontrem, simultaneamente, no Top 25 de *Inbound Blogs* e no Top25 do blogómetro³².

Existem outras ferramentas que medem a importância de um blogue, como o *Blogstreet*³³, por exemplo, que acrescenta uma variável interessante, já que efectua uma ponderação prévia de cada *link*. Neste caso, o *link* efectuado a partir de um blogue bem posicionado no ranking do *Blogstreet* é mais valioso do que um *link* de um blogue pouco conhecido.

Esta forma de legitimação interna, semelhante à que acontece nas instituições sócio-profissionais, é desvalorizada por alguns investigadores. Paulo Serra³⁴ desvaloriza

³² - Top 25 por média diária de visitas: <http://blogue.com.pt/portal/blogometro/>

Top 25 portugueses no Technorati: <http://blogue.com.pt/portal/technorati/>

³³ - <http://www.blogstreet.com>

³⁴ - *Contributos para uma teoria neo-darwiniana da comunicação*, texto apresentado no VI Lusocom

esta forma de legitimação, vindo na blogosfera um certo corporativismo. Os *bloggers* formariam uma “rede” de relações “mais ou menos opaca e imperceptível ao cidadão comum, e que vão apontando *links* dos seus textos e dos seus blogues para textos e blogues com quem sentem mais afinidades, e vice-versa - reforçando, assim, a sua visibilidade mútua e, em consequência, a invisibilidade dos outros, nomeadamente dos recém-chegados”, diz o autor. Esta alegada teia de interesses condiciona as escolhas dos leitores, fazendo com que apenas alguns blogues tenham visibilidade.

É evidente que existe uma rede de interesses a ligar os blogues. Pode mesmo considerar-se que esta é uma das marcas fundamentais da blogosfera, pois o alto grau de especialização dos blogues conduz, indiscutivelmente, à criação de pequenas redes. Se considerarmos que a blogosfera é um livro dinâmico e o compararmos com os livros em papel, chegamos à conclusão que a existência de *links* relacionados com os assuntos abordados no blogue é, afinal, uma transposição de algo que já conhecemos: o *permalink*³⁵ é uma nota de rodapé, o *blogroll*³⁶ é uma bibliografia, ambos de acesso dinâmico e imediato.

Esta rede funciona, pois, como uma marca distintiva de um determinado grupo temático e não como um sistema de impedir a entrada de novos blogues no grupo dos mais visitados. A blogosfera está cheia de exemplos de blogues cujos autores não pertencem ao *mainstream* político-mediático, mas que acabam por aparecer nos tops de blogs com mais *links*/visitas. Para além disso, a estabilização de um número de visitas importante e a obtenção de referências, dependerão sempre da qualidade do próprio produto.

³⁵ - Link colocado num post

³⁶ - Lista de links disponibilizada pelos blogues

Blogues políticos em Portugal: O dispositivo criou novos actores?

A visita a alguns contadores de visitas permite observar que um link efectuado a partir de um blogue de referência faz aumentar de forma exponencial o número de visitas, mas poucos dias depois tudo volta ao normal. Ou seja, nesta como noutras actividades, os novos membros fazem-se anunciar através de mensagens electrónicas enviadas aos mais conceituados. Porém, a entrada na lista de “links recomendados” estará invariavelmente dependente da qualidade do blogue.

4. Resultados

4.1 A amostra

Para este estudo foram escolhidos 51 blogues cujos temas mais abordados são a actualidade política nacional ou local. Conseguiram-se 35 respostas ao inquérito enviado, o que permitiu obter uma taxa de retorno de 68,7%.

Questionados acerca do posicionamento político, 18 blogues consideram-se de Centro-Direita ou Direita (9/9), 15 de Centro-Esquerda ou Esquerda (8/7) e 2 não definiram o seu posicionamento.

A primeira conclusão é que os blogues de Direita são esmagadoramente individuais (72,2%), ao passo que os de Esquerda se distribuem entre os individuais (46%) e os colectivos (54%).

Os dados confirmam que 2003 foi o ano do grande *boom* na blogosfera política portuguesa, com 94% destes blogues a nascerem nesse ano. Julho foi o mês que viu nascer mais blogues (8) e o terceiro semestre o mais activo, com 13 dos 35 novos blogues a nascerem no período de Julho a Setembro.

Em termos de produção, 45,7% dos blogues ficam-se pela colocação de 1 a 10 *posts* por semana, 34,3% coloca 11 a 20, 8,9% coloca 21 a 30, a mesma percentagem de blogues que coloca mais de 50 *posts* por semana.

Em termos de visitas diárias, 79,4% dos blogues regista menos de 400 visitas, com 23,6 % a ter menos de 100, 26,6% entre 100 e 200 e 29,4% a receberem 201 a 400 visitas por dia.

A faixa etária mais representada entre os *bloggers* que se dedicam à actualidade política, é a dos 26/33 (44,1%), seguida dos 34/41 (38,2%), dos 41-50 (11,8%) e dos 18/25 (5,9%). O inquérito permitiu ainda apurar que idade média dos *bloggers* de Esquerda é mais baixa que a dos de Direita.

Em termos profissionais regista-se uma enorme variedade, com os gestores e os professores a registarem as maiores representações profissionais.

Para perceber as motivações dos *bloggers* cuja temática gira em torno da actualidade política, foram apresentadas 12 afirmações (mais uma exclusivamente para jornalistas) que os inquiridos classificaram numa escala a variar entre o “*completamente de acordo*” e o “*completamente em desacordo*”.

4.2 Motivação dos bloggers

4.2.1 Os resultados revelam que as duas razões mais fortes para a criação de um blogue são a vontade de “**informar e ser informado**” e a necessidade de “**ter uma intervenção cívica**”, obtendo ambas o mesmo resultado.

Na análise por posicionamento político, a direita valoriza mais o **informar e ser informado**, ao passo que a Esquerda dá primazia à **intervenção cívica**.

4.2.2 O terceiro aspecto mais referenciado como motivo para a criação de um blogue é a **necessidade de um espaço de opinião inalcançável nos media tradicionais**. Neste caso, Esquerda e Direita apresentam valores semelhantes.

4.2.3 Os aspectos que se seguem são o **sentir a reacção imediata dos leitores** e a **criação de relações com pessoas que têm interesses comuns**, com Esquerda e Direita a apresentarem percentagens idênticas.

4.2.4 A possibilidade de **participar numa comunidade verdadeiramente democrática** é uma forte motivação para os inquiridos. Quem mais reforça este motivo é a Esquerda, com 40% dos inquiridos a mostrarem-se mesmo *completamente de acordo*, um valor significativamente superior aos 28% apresentados pela Direita.

4.2.5 Outra das razões que leva os inquiridos a criar o seu próprio espaço é **ajudar os leitores a interpretar as notícias**, sendo esta a 6ª razão mais referida.

4.2.6 A sétima razão mais valorizada na fundação de um blogue foi a possibilidade de **criar uma alternativa aos media tradicionais**.

4.2.7 Por fim, os inquiridos mostram ainda estar *de acordo* que a criação dos blogues pretendia **atingir públicos alternativos**, sendo a Esquerda bastante mais entusiasta neste aspecto.

4.2.8 Os inquiridos mostraram o seu *desacordo* apenas em duas das 12 frases. **Conseguir reconhecimento público** e **marcar a agenda política/mediática** parecem não ser razões para a criação de um blogue. No primeiro caso é a Esquerda quem mais se demarca, com 47% dos inquiridos a mostrarem-se *completamente em desacordo* contra 23% de Direita.

Para além da leitura total e da análise Direita/Esquerda, neste estudo foram ainda analisados os resultados dos blogues que se dedicam à política local. Desde logo se conclui que são blogues com uma baixa produção de *posts*, 60% coloca apenas entre 1 e 4 por semana, e que registam poucas visitas, menos de 100 em 60% dos casos.

As motivações são idênticas às registradas nos dados totais, mas nalguns casos o grau de concordância ou discordância apresenta valores mais extremados. A necessidade de **ter uma intervenção cívica** é a motivação que reúne maior consenso, com todos os *bloggers de acordo* e 67% a afirmarem mesmo estar *totalmente de acordo*. O **informar e ser informado** e a **necessidade de um espaço de opinião** são as outras duas motivações que reúnem maior consenso. A **tentativa de marcar a agenda mediática** e a obtenção de **reconhecimento público** não recolhem o acordo destes *bloggers*, com esta última a merecer um *totalmente em desacordo* de 67% dos inquiridos.

5. Conclusão

Até que ponto a blogosfera consegue influenciar a opinião pública, cumprindo assim uma das motivações mais fortes que levam as pessoas a criar um blogue?

É sabido que as questões discutidas na opinião pública resultam da coincidência entre os interesses de determinados grupos sociais. Esses grupos recorrem aos dispositivos mais acessíveis, tentando colocar os assuntos na agenda dos *media*. De uma forma ou de outra, estes grupos acabam por ficar prisioneiros dos *media* já que, tal como se viu antes, os restantes dispositivos de comunicação têm uma influência geograficamente restrita e obrigam à deslocação das audiências para o lugar dos acontecimentos. Permanece assim a dificuldade em identificar a relação ideal entre os *media* e o debate público.

Para responder a esta questão, Wilson Gomes³⁷ introduz o conceito de “esfera de visibilidade pública”. Esta esfera

³⁷ - Wilson Gomes, Esfera pública política e media - II. *Anais do VII Encontro anual da COMPÓS*, São Paulo, 1998.

Blogues políticos em Portugal: O dispositivo criou novos actores?

seria a filtragem mediática daquilo que acontece na “esfera pública”, ou seja, no debate que ocorre na opinião pública.

Segundo o autor, a capacidade desta “esfera de visibilidade pública” influenciar a opinião pública estaria relacionada com a possibilidade do público poder efectuar uma reedição da informação mediática à luz das suas próprias competências interpretativas. Para isso, os receptores teriam a oportunidade de procurar fontes de informação alternativas que lhes permitissem uma intervenção posterior nos debates que decorrem nos *media*.

No conceito definido por Wilson é possível distinguir quatro momentos:

1. Selecção de alguns acontecimentos
2. Interpretação do acontecimento e publicação da opinião sem qualquer tipo de constrangimentos
3. Interacção, graças à possibilidade dos receptores comentarem o texto
4. Regresso desse texto, ou parte dele, aos *media* tradicionais

Cruzando estes 4 momentos com as motivações que levaram os inquiridos a criar um blogue, encontramos alguns dados interessantes.

a) Habitualmente, o ponto de partida para a redacção de um *post* é uma notícia. O *blogger* destaca a parte da notícia que lhe interessa e coloca um link para o texto original. Fundamentalmente, o *blogger* está a **informar e a ser informado** o motivo que reúne mais consenso entre os *bloggers*.

Este passo materializa o momento referido ponto 1.

b) Após o *link*, o *blogger* escreve um texto onde dá conta da sua perspectiva do acontecimento, tal como é mencionado no ponto 2. O *blogger* considera que está a **ajudar os leitores a interpretar as notícias** e, conseqüentemente, a **ter uma intervenção cívica**.

O blogue espanhol Voto en Blanco³⁸ é um bom exemplo desta necessidade de intervenção fora da esfera mediática. Neste espaço, um grupo de jornalistas e escritores radicados em Sevilha define-se como um grupo de “*descontentos con la democracia mediocre que nos rodea y envuelve, convencidos también de que la crítica y el contrapeso del poder son elementos sustanciales de la verdadera democracia*”.

O blogue surge assim como o tal **espaço de opinião inalcançável nos *media* tradicionais**, referido pelos *bloggers* no inquérito.

- c) O sistema de comentários existente na maioria dos blogues permite **sentir a reacção imediata dos leitores**, o que muitas vezes leva a acesas discussões. Materializa-se assim o momento 3. Esta interacção cria um ambiente **alternativo aos *media* tradicionais**. Alguns estudos³⁹ efectuados acerca da importância dos comentários concluem mesmo que o *feed-back* é vital para a manutenção das comunidades *bloggers*.
- d) A transposição de polémicas da blogosfera para os *media* tradicionais é já um facto habitual. Como foi referido na introdução, jornais, rádios e televisões debruçaram-se sobre a blogosfera, e há mesmo jornais e rádios que incluem espaços exclusivamente dedicados a este fenómeno. O caso *Portugal Profundo e o Muito Mentiroso* são exemplos de textos da blogosfera que fizeram agenda nos *media* tradicionais.

Completam-se, assim, os quatro momentos antes referidos.

A facilidade de criação de um blogue, a liberdade de edição e o reflexo mediático fazem com que um dos motivos mais apontados pelos *bloggers* seja a vontade de **participar numa comunidade verdadeiramente democrática**.

³⁸ - <http://www.votoenblanco.com/bitacora/index.html>

³⁹ - Ver, por exemplo, Gumbrecht M, Blogs as “Protected Space”

Blogues políticos em Portugal: O dispositivo criou novos actores?

À luz dos resultados obtidos no estudo, a blogosfera poderia ser a tal esfera de visibilidade pública que, em condições ideais, pode permitir o pleno funcionamento de uma sistema de comunicação política onde todas as partes têm um nível de intervenção semelhante.

O que pode ser visto como a necessidade de **intervenção pública** referida pelos inquiridos como uma forte motivação para iniciarem um blogue. Esta motivação é, aliás, uma característica comum a todos os actores, sejam eles políticos, jornalistas, intelectuais ou dirigentes de uma qualquer associação.

5.1 E, afinal, o dispositivo criou novos actores?

A passagem para a esfera pública parece continuar a depender do impulso dos *media* tradicionais, pelo que se poderia dizer que actualmente os blogues ainda não geram novos actores.

No entanto, há três pontos que devem ser considerados:

1. O recurso aos *media* tradicionais resulta de uma negociação entre mediasfera e blogosfera, pelo que não deve ser vista como uma dependência de uma parte em relação à outra. Implicitamente, o projecção mediática da opinião produzida nos blogues é o “pagamento” pelo recurso dos *media* tradicionais aos blogues, enquanto fontes de informação e instrumentos versáteis que permitem uma informação rápida, complementar ao seu produto tradicional. Para além disso, os blogues funcionam como uma espécie de teste para se perceber se as audiências estão preparadas para determinados assuntos ou abordagens. O blogue brasileiro *Mothern*⁴⁰ é um bom exemplo. Neste espaço, duas jovens mães discutem o seu dia-a-dia, trazendo a público assuntos pouco discutidos na

⁴⁰ - <http://www.mothern.blogspot.com/>

sociedade brasileira. O êxito do blogue foi tal que estas duas brasileiras, absolutamente desconhecidas até então, foram convidadas para escreverem uma coluna na conhecida revista *TPM*⁴¹ (Trip Para Mulheres). Dois exemplos portugueses da passagem da blogosfera para a mediaesfera são Daniel Oliveira (blogue Barnabé) que assina agora uma coluna semanal do Expresso e é comentador residente no Eixo do Mal da SIC Notícias, e ainda Carla Quevedo Hilário (Blogue Bomba Inteligente) com uma coluna semanal no mesmo semanário.

2. Apesar do contacto com a opinião pública só acontecer por via dos *media* tradicionais, o *blogger* precisa de ser legitimado entre os seus pares para conseguir o espaço mediático que lhe permite o contacto com a esfera de visibilidade pública antes referida. O acesso obedece, assim, a um conjunto de regras, tal como acontece nos restantes meios de comunicação.
3. Se olharmos para a história dos *media*, a Internet é um meio muito recente, pelo que ainda não entrou na fase de massificação. Apesar disso, há blogues que registam um número de visitas muito superior às tiragens de alguns jornais nacionais. O *Instapundit*⁴², ou o *Boing Boing*⁴³ por exemplo, recebem mais de 150 mil visitas diárias, o que diz bem da sua importância.

A massificação dos computadores e dos PDA's com ligação à Internet provocará um efeito semelhante ao que se verificou com os restantes meios de comunicação, com a consequente projecção dos blogues para um patamar de

⁴¹ - <http://www.revistatpm.com.br/>

⁴² - <http://www.instapundit.com/>

⁴³ - <http://www.boingboing.net/>

Blogues políticos em Portugal: O dispositivo criou novos actores?

visibilidade semelhante ao que registam actualmente os informativos dos *media* tradicionais.

Ser o primeiro a divulgar uma informação ou o primeiro a comentar um acontecimento parece ser a energia que faz mover a blogosfera e a projecta para uma dimensão capaz de a tornar útil aos restantes *media*. Mas a portabilidade do acesso à Internet e as características do sistema que permite o funcionamento da blogosfera deixam antever um meio de futuro no campo da informação, a ponto de alguns analistas apontarem a blogosfera como a próxima geração de páginas editoriais ou de opinião, os espaços mediáticos que mais peso têm junto da opinião pública.

BIBLIOGRAFIA

BARBOSA, E. e GRANADO, A. [2004] *Blogues: Diário de Bordo*, Porto Editora: Porto

BLANCO, V.S. [2000] *Opinión Pública y Democracia Deliberativa: medios, sondeos y urnas*, Ediciones Istmo: Madrid

BLUMLER, J. e GUREVITCH, M. [1995] *The Crisis of Public Communication*, Routledge: London

BOUGNOUX, D. [1992] *La communication par la bande*, Paris, Ed. la Découverte

CALOUN, C. [1996] *Habermas and the Public Sphere*, Massachusetts: The MIT Press

Champagne, P [1990] *Faire l'opinion: le nouveau jeu politique*, Paris: Les Éditions de minuit

GOMES, W [2004] *Transformações da política na era da comunicação de massa*, S. Paulo: Paulus

MESQUITA, M. [2004] *O Quarto Equívoco: o poder dos media na sociedade contemporânea*, Minerva Editora: Coimbra

MIRANDA, J. Bragança de [1997] *Política e Modernidade: linguagem e violência na cultura contemporânea*, Colibri: Lisboa

WOLF, Mauro [1995] *Teorias da Comunicação*, Presença: Lisboa

DOCUMENTOS ONLINE

ALMEIDA, Jorge [consultado em 5 de Novembro de 2004]
Mídia, Opinião Pública Ativa e Esfera Pública democrática.
[OnLine] URL: <http://jorgealm.sites.uol.com.br/Esfera.html>

BAPTISTA, Joana [consultado em 27 de Outubro de 2004]
O Fenómeno dos Blogues em Portugal, [OnLine] URL: [http://seminarioinvestigacao.blogspot.com./](http://seminarioinvestigacao.blogspot.com/)

DREZNER, D. W. e Farrell, H. [consultado em 8 de Novembro]
The power and politics of blogs [OnLine] URL: <http://www.utsct.utoronto.ca/~farrell/blogpaperfinal.pdf>

Gill, K [consultado em 9 de Novembro de de 2004]
How can we measure the influence of the blogosphere?
[OnLine] URL: http://www.blogopulse.com.papers/www2004_blogosphere_gill.pdf

Gumbrecht, M [consultado em 9 de Novembro de de 2004]
Blogs as “Protected Space” [OnLine] URL: <http://www.blogopulse.com.papers/www2004gumbrecht.pdf>

VICENTE, L. [consultado em 8 de Novembro de 2004]
2003-Ano dos “blogues” [OnLine] URL: http://memoriavirtual.weblog.com.pt/arquivo/cat_2003_ano_dos_blogues.html

**BLOGUES QUE
RESPONDERAM AO INQUÉRITO:**

(por ordem alfabética)

Acidental (O); Alandro Al; Ao Sul; Avatares de Desejo; Barnabé; Blasfémias; Blog de Esquerda; Bloguitica; Cacique (O); Castelo (O); Contra a Corrente; De Direita; Descrédito; Desesperada Esperança; Estaleiro; Estarreja Light; Fora do Mundo; Glória Fácil; Homem a Dias; Intermitente (O); Ilhas; Irreflexões; Jaquinzinhos; Jumento (O); Mar Salgado; Nortadas; Nova Frente; Observador (O); Relativo; Portugal dos Pequeninos; Planície Heróica; Praça da República em Beja; Terras do Nunca; Thomarense; Último Reduto

QUADROS:

Classificação das motivações:

Totalmente de Acordo
Ter uma intervenção cívica
Informar e ser Informado
De acordo
Necessidade de um espaço de opinião inalcançável nos media tradicionais
Sentir a reacção imediata dos leitores
Criar ligações a pessoas com interesses comuns
Participar numa comunidade "verdadeiramente" democrática
Ajudar a interpretar as notícias
Criar uma alternativa aos media tradicionais
Atingir públicos alternativos
Sem opinião
Coordenar um espaço de debate
Em desacordo
Tentar marcar a agenda política/mediática
Conseguir reconhecimento público

Motivações mais valorizadas. confronto Esquerda/Direita:

ESQUERDA	Pos	DIREITA
Ter uma intervenção cívica	1	Informar e ser Informado
Informar e ser Informado	2	Necessidade de um espaço de opinião inalcançável nos media tradicionais
Participar numa comunidade "verdadeiramente" democrática	3	Criar ligações a pessoas com interesses comuns
Necessidade de um espaço de opinião inalcançável nos media tradicionais	4	Ter uma intervenção cívica
Criar ligações a pessoas com interesses comuns	5	Criar uma alternativa aos media tradicionais
Atingir públicos alternativos	6	Ajudar a interpretar as notícias
Ajudar a interpretar as notícias	7	Participar numa comunidade "verdadeiramente" democrática
Sentir a reacção imediata dos leitores	8	Ajudar a interpretar as notícias
Criar uma alternativa aos media tradicionais	9	Sentir a reacção imediata dos leitores
Coordenar um espaço de debate	10	Atingir públicos alternativos
Conseguir reconhecimento público	11	Tentar marcar a agenda política/mediática
Tentar marcar a agenda política/mediática	12	Conseguir reconhecimento público

A PRESSÃO POLÍTICA SOBRE OS LÍDERES DE OPINIÃO – A LUTA PELA SOBERANIA DO TEMPO

Isabel Salema Morgado*

Abstract: O problema que nos ocupa liga-se com o facto de sabermos se ao identificarmos a realidade que legitima o discurso dos líderes de opinião (Estado, mercado ou o reconhecimento por parte dos seus pares do papel de representação simbólica da opinião pública), estaremos também a identificar o tipo de comportamentos que os diferentes regimes políticos estão dispostos a estabelecer com os líderes de opinião do seu país, num comportamento que se pauta pela declaração mais ou menos assumida de conflito aberto entre o poder político e o poder ideológico espelhado na luta pela reprodução política do futuro.

Porque perdura nos regimes pluralistas contemporâneos uma relação de conflituosidade entre o poder político e os líderes de opinião? Habitados que estamos a pensar que esse grau de conflituosidade só atinge níveis problemáticos em regimes autoritários e totalitários, os quais tendemos a perceber como Estados distantes ou no espaço temporal ou no espaço geográfico, acabamos por ficar sem categorias que nos ajudem a pensar esta realidade social e institucional dos nossos dias quando subitamente dela tomamos consciência (ou tomamos conhecimento), ao experimentarmos-la no interior da nossa ordem social. Caber-

* - FCT/UNL. Agradeço ao Professor João Carlos Correia o amável convite que me dirigiu para participar netas jornadas na UBI, o qual me permite apresentar e discutir publicamente certos aspectos do meu trabalho.

nos-á procurar saber em que medida os discursos dos líderes de opinião constituem mensagens políticas que condicionam a actividade dos políticos, como é percebida na teoria e na prática a intervenção desse grupo crítico e qual a reacção possível ou concreta ao fenómeno.

As Constituições são uma estrutura ideológica bastante forte, e resultam de uma tentativa de salvaguardar os valores que eminentes gerações anteriores previram como sendo fundamentais para garantirem uma justa regulação da ordem pública do presente e do futuro, mas nada acrescentam para a compreensão, na prática, do desvio à norma. Os estudos de campo contribuem com dados imprescindíveis para a descrição e estudo do comportamento político, sistematizando-o, mas nada acrescentam sobre uma possível solução ao problema. A psico-sociologia procurará compreender as motivações e os meios utilizados no processo inter-relacional mas não procurará avaliar o conteúdo e a forma de uma possível solução assente na prova argumentativa. A esta dificuldade metodológica procurámos responder com um trabalho que, respeitando as diferentes abordagens, se desenvolverá sobretudo na área da Teoria Política e da Comunicação, e que tem na definição dos tempos de dois (no grupo de três) géneros de retórica que Aristóteles identificou, o seu eixo axial para compreendermos o problema. A saber, o género deliberativo e o género epidíctico¹.

Por Comunicação Política adoptámos a definição de Dominique Wolton (1989) que a descreve como um lugar de confronto dos discursos dos políticos, dos jornalistas e da opinião pública.

¹ - Aristóteles no seu livro *Retórica* enuncia três géneros discursivos: género judicial, epidíctico e deliberativo. No primeiro evidenciava-se a importância do tempo passado na construção do discurso, no segundo a importância do presente e no terceiro, o deliberativo, a importância do futuro.

1. Em que medida os discursos dos líderes de opinião constituem mensagens políticas que condicionam a actividade dos políticos?

Se considerarmos que há um fundamento empírico e teórico para a ideia que P. Champagne defende, a de que “a opinião pública é uma espécie de máquina de guerra ideológica utilizada pelas elites intelectuais e pela burguesia de toga com o intuito de legitimar as suas próprias reivindicações no domínio político e enfraquecer o absolutismo real”², passamos a ter a coordenada que orienta a nossa investigação na área proposta. O mote que tem orientado a comunicação pública e cuja origem remonta à prática concebida pelos modernos relativamente à arte de governar, será, como julgamos, o que evidencia a existência de um conflito aberto entre os poderes³ estabelecidos. Até aos dias de hoje a opinião pública continua a ser entendida pelos governantes e pelos governados como uma máquina de guerra ideológica. Isto é, ainda que se tenha procedido nos países ocidentais a uma democratização dos procedimentos

² - Champagne, P. (1990).

³ - A saber o poder político, o poder económico e o poder ideológico (na identificação tripartida de N. Bobbio). **Por poder** entende-se uma relação de domínio estabelecida entre dois ou mais sujeitos. X será subalterno em relação a Y, se X reconhecer, se for coagido a reconhecê-lo ou for persuadido a reconhecer que Y pode alterar o seu comportamento. Norberto Bobbio define assim o poder como “a capacidade que um sujeito tem de influenciar, condicionar, determinar o comportamento de um outro sujeito.” (Bobbio, 1999: p.216). O poder dos meios de comunicação seria então o poder ideológico que “se vale da posse de certas formas de saber inacessíveis aos demais, de doutrinas, de conhecimentos, até mesmo apenas de informações, ou então de códigos de conduta, para exercer uma influência sobre o comportamento de outrem e induzir os componentes do grupo a agir de um determinado modo e não de outro.”(Bobbio, 1999: p.221).

governativos e a uma generalização da tese de que a opinião pública reforçou o seu papel político, sendo que tal potenciaria a cooperação entre os domínios do social e do político, a verdade é que ela não perdeu a sua natureza orientada para a acção de confronto, que está inscrita desde logo na sua matriz. Acção que se exerce na manifesta vontade de influenciar as decisões políticas,⁴ de controlar o poder político, sendo que este poder raramente se entende a si próprio como sendo de natureza divisível e portanto passível de se deixar controlar indiferentemente. O poder político procede de maneira a procurar ter sempre a vantagem ou dominar a iniciativa de orientar a vontade política dos governados. Por seu lado, a opinião pública revela o seu poder quando consegue orientar a vontade política dos governados impondo-lhe as suas razões ou interesses. Ambos procuram prever, antecipar e instituir uma ordem social que se inscreva no futuro. Mas se esse confronto, ou luta pela soberania no tempo a acontecer no presente, nos parece indício de forte espírito crítico que resiste contra as violações dos princípios normativos universais (contra o uso da coexistência em liberdade e com igualdade no que a aplicação de uma lei equitativa diz respeito) de práticas passíveis de virem a ser instaurados por regimes autoritários ou totalitários, já nas sociedades democráticas nos parece surgir muitas vezes como atropelo de tarefas e perda de efectiva representatividade nos papéis a assumir por cada uma das esferas.

⁴ - Habermas, J. (1962) faz a história do conceito “öffentlich Meinung” (opinião pública) no capítulo introdutório do seu livro. Procedendo à sua etimologia apresenta-o como denotando a realidade de uma discussão crítica, pública, de um público esclarecido que se opõe ao poder estabelecido, visando a realização de uma comunidade que exercesse de forma equitativa a sua razão.

A opinião pública, na pessoa dos seus líderes, surge como entidade que precipitadamente não deixa o tempo⁵ do discurso político correr até transformar a ideologia em acção. Não deixa que os programas e os indivíduos ganhem maturidade temporal. E pensamos que essa fuga para a frente, esse tempo de imponderabilidade das opiniões se deve à interiorização da dinâmica temporal própria do sistema mediático, que está vocacionado para dar a ver e a ouvir, ou a ler, tudo, sobre toda a gente, o mais depressa que se puder (Schelesinger,1977). Os políticos, porque se julgam diariamente confrontados com a necessidade de conquistar a opinião dos públicos a seu favor, cedem a essa dinâmica julgando manipulá-la a seu favor através da propaganda⁶. Quando a contestação aumenta reforçam a propaganda coadjuvada com pressões explícitas ao nível da selecção, regulação dos meios de comunicação através dos mecanismos coercivos que conseguem fazer passar⁷, criando

⁵ - Diz-nos Hanna J. Batoréo “Conforme aponta Filmore (*Toward a Theory of Deixis*, 1971), a conceptualização do Tempo em Função do Movimento, ou seja a sua Localização Dinâmica, constitui o seu traço central. A metáfora utilizada é, no fundo, ambivalente: pode conceber-se o mundo como estando em movimento em relação à dimensão estática do tempo ou, pelo contrário, apreender o Tempo como passando dinamicamente em relação ao mundo estático “, in *Saberes no Tempo*, ed. Colibri, Lisboa, 2002:104)

⁶ - Por propaganda aceitamos a definição de Giacomo Sani: «(...)difusão deliberada e sistemática de mensagens destinadas a um determinado auditório e visando criar uma imagem positiva ou negativa de determinados fenómenos (pessoas, movimentos, acontecimentos, instituições, etc.) e a estimular determinados comportamentos.» in Bobbio, N. *et al* (1983), *Dicionário de Política*, (2004:1018).

⁷ - Veja-se o caso do ressurgimento da questão do “crime da blasfémia” que em alguns países europeus surge como uma panaceia para acalmar as comunidades islâmicas sendo que há anos que esse quadro legal fora questionado nos países onde se quer que impere o respeito pelas crenças contrárias às da maioria, mas também pela liberdade de opinião que já tem moldura penal suficiente no caso de se incorrer numa falta grave contra outrem no abuso deste direito.

governos democraticamente fracos que buscam de forma prepotente a imposição do seu ponto de vista. Que esse confronto reverta a favor de um efectivo reforço dos poderes da opinião pública ou que seja um sinal de que o uso público da razão por parte dos cidadãos é uma realidade incontornável do nosso quadro político, são duas outras questões diferentes que para já não desenvolveremos.

Se a emergência da opinião pública na sociedade do século XVIII reflecte a ambição por parte de um grupo de público político de conseguir de alguma forma contribuir na caracterização do que entende por acção política, num tempo em que o discurso era considerado um meio para desmistificar as crenças legitimadoras das acções dos políticos seus coevos, de exercer, enfim, influência nas altas esferas do poder, numa procura crescente de emancipação dos governados relativamente aos seus dirigentes (ao instituir uma nova forma de racionalização no conjunto de trocas sociais, que passava pela imposição de limites ao poder do governo, e pela liberdade de pensar em relação aos ditames da religião)⁸, hoje, e após os estudos conduzidos por autores como Horkheimer, Adorno ou Marcuse, entre outros, ela é duplamente entendida. Por um lado há todo um conjunto de autores no campo da Sociologia Política e no da Filosofia que entendem que a esfera da opinião pública não reflecte senão uma das variáveis psico-sociais susceptível de ser manipulada mediante uma mediatização excessiva da mensagem política propagandeada, por outro lado, há filósofos como Habermas, Popper ou Rawls, entre outros, que preferem acentuar o papel positivo da opinião pública como esfera catalizadora da actividade do público.

A emergência da figura do líder de opinião foi entendida no séc. XVIII como a de um indivíduo que consubstancia numa só pessoa o poder da palavra de muitos. Substituto discursivo dessas duas até então únicas dimensionalidades

⁸ - Leia-se Kant, *O que é o iluminismo?* ou Stuart Mill, *On Liberty*.

explicativas do real: a igreja e o Estado. Será no livre exercício das suas faculdades racionais, exercendo o poder de falar em nome dos seus pares, ou de lhes explicar como entende o que está a acontecer, que ele filtra a informação que provém das instituições políticas e sociais. Homem comum que faz uso das suas faculdades naturais, julga-se então sujeito capaz de fazer uso no seu discurso de princípios que se querem legitimados pela razão, porfiando pelas ideias políticas de liberdade de opinião e liberdade de expressão de opinião. Um líder de opinião é portanto um indivíduo com influência.

Retoma-se, alargado o universo social dos indivíduos que passam a poder participar na orientação dos negócios públicos, o discurso público na sua função política tal como os gregos o tinham começado a entender. No século XVIII o discurso público vê-se como proponente de novos modelos de governo dos povos, através da força de uma nova ideologia, a da autonomia dos indivíduos relativamente ao Estado, e na defesa da assumpção universal do direito à livre expressão. A opinião comum publicitada na conquista de um espaço público de maior visibilidade para manifestar as suas ideias alarga-se, já que o círculo onde se fazia uso da palavra crítica se amplia do salão ou do café até à associação sindical e partidária, passando pelo jornal.

Previsivelmente, na contemporaneidade, este confronto ideológico que estrutura as relações entre as diferentes esferas da acção pública escolheu para campo de batalha os meios de comunicação de massas que topografam quase em exclusivo o nosso espaço público.

Lazarsfeld, Barelson e Gaudet⁹, nos anos 40 e no contexto dos estudos sobre os meios de comunicação de massas,

⁹ - Ler Lazerfeld, Berelson e Gaudet (1948), *The People's Choice*, Columbia Univ. Press, Nova Iorque. Livro onde se apresentam os resultados acerca do estudo que pretendia mostrar qual o impacto dos *media* como factor de influência no comportamento político no contexto de uma tomada de decisão de voto no decurso da campanha eleitoral. No caso a campanha para as presidenciais de 1944 nos E.U.A.

avançaram com estudos que procuraram definir esse tipo de influência, caracterizando os líderes de opinião como indivíduos que possuíam a capacidade de influir nos seus pares uma reação mais efectiva ao seu discurso, do que o conseguiam fazer as mensagens propaladas pelos meios de comunicação de massas. Isto é, através da teoria do “modelo de comunicação a dois níveis” (*two-step flow of communication theory*) em primeiro lugar e mais tarde com a “teoria da comunicação a vários níveis” (*multi-step flow*) Lazarsfeld *et tal* desmistificaram a ideia de que os *media*, pela capacidade técnica que lhes permite serem percebidos por um conjunto alargado de indivíduos, constituíam meios poderosíssimos no que se refere ao domínio determinante e massivo de indução de uma precisa mudança comportamental. Recolocaram na comunicação pessoal, no contacto face a face, o valor mais alto no que dirá respeito à adesão à mensagem por parte dos ouvintes. Na comunicação política, os líderes demonstram a capacidade que têm de filtrar as informações/ideias provenientes dos *media* e de as fazer passar com sucesso a grupos da população em encontros casuais, ou que se estabelecem numa rede de cumplicidades intelectuais em que os vários líderes se observam e se acompanham entre si, comentando-se e alargando o conjunto daqueles que medeiam entre os políticos e os cidadãos (veja-se o caso dos “blogues” onde os comentadores se vão referenciando, assinalando as suas leituras com os respectivas ligações aos textos originais, por exemplo). É interessante perceber, no contexto do estudo, como as conversações que são iniciadas casualmente sem o fito explícito por parte do orador em convencer o seu interlocutor de algo, são mais susceptíveis de provocar uma mudança comportamental, já que ele é visto como uma fonte credível que aparenta nada ter a ganhar com a discussão, sendo que o interlocutor se apresenta com menos reservas mentais às teses enunciadas (Hovland *et al*, 1953).

A questão é que o estudo clássico em liderança de opinião identifica os líderes como um conjunto de pessoas que estaria disperso pela comunidade, distribuído por todos os níveis sociais, sendo pelo contacto interpessoal que se revelaria a sua autoridade, porquanto eram sujeitos exímios na acção de antecipar, relativamente à maioria, a compreensão dos eventos, ajuizando, escolhendo e assumindo a orientação das escolhas numa determinada direcção que ajudam posteriormente a difundir. Todavia, se esse estudo reforçava a tese de que na sociedade civil existiam naturalmente um conjunto alargado de cidadãos que exerciam pelo seu comportamento altamente gregário, em associações ou em grupos estabelecidos sociais primários (família, amigos, colegas de trabalho, etc.), um papel como líderes de opinião (revelando mestria para orientar os seus pares em assuntos de interesse comum em conversas informais e esclarecedoras acerca da realidade política experimentada), a verdade é que investigações recentes defendem que mesmo na comunicação interpessoal os líderes de opinião se restringem cada vez mais ao grupo dos especialistas, dos que em cada área se circunscrevem à esfera de elites académicas, artísticas, profissionais e que têm mais competência sócio-linguística. São eles que tomam a palavra, que argumentam entre si, sendo aceites pela comunidade, pelos políticos e pelos jornalistas como fontes de informação e sujeitos capazes de controlarem o fluxo de informação, seleccionando-a e orientando-a especificamente para os indivíduos que pensam ser parte interessada ou que os tenham solicitado querendo esclarecimentos (Weinmann, 1994).

Os indivíduos influentes acabam por ser convidados a manifestarem-se num outro modelo de relação social, mediatizado pela técnica, já que frequentemente são chamados a comentar os acontecimentos políticos nos espaços de opinião que os meios de comunicação dispõem. Tal facto não os faz perder as qualidades que caracterizam os líderes

de opinião na sociedade, a saber, a habilidade de influenciar o comportamento de outrem através do modo como selecciona e apresenta temas para posterior reflexão e orientação dos consumidores através do ininterrupto fluxo de informação, mesmo se essa mediação se faz na ausência de um contacto directo com o seu auditório¹⁰. Estes líderes possuem algumas características comuns, ainda que Katz e Lazarsfeld (1955) não lhes atribuam um destaque significativo, a saber: a) são indivíduos que possuem um extenso conhecimento e/ou cuidada atenção pelos assuntos da sua área de interesse; b) são mais activos na recolha e armazenamento de informação exterior à que é estritamente veiculada no seu círculo de relações; c) é-lhes dedicado um forte reconhecimento social; d) é-lhes reconhecida credibilidade; e) são gregários; f) são de fácil contacto social.

O modelo de “comunicação a vários níveis” ao acentuar a relevância da influência pessoal no processo específico

¹⁰ - Ainda que a facilidade verbal e gestual, a imagem de simpatia e de empatia que alguns conseguem fazer passar lhes empreste esse ar de família com que somos levados a reconhecer a sua presença nas nossas vidas de consumidores de informação. Veja-se como, por exemplo, Marcelo Rebelo de Sousa conseguiu, nos dois anos em que fez comentário político na TVI, uma adesão social bastante grande num espectro alargado da representação social dos indivíduos, mesmo os que dificilmente se interessariam por questões políticas, como o comprovavam as audiências ao seu espaço no programa informativo, e as manifestações de reconhecimento e de proximidade de desconhecidos para com ele, conforme foi frequentemente dito pelo próprio e nós podíamos observar quando ele era objecto das notícias, em cerimónias oficiais ou encontros de índole social onde se encontrava presente. Embora se encontrasse na vantagem de ter proferido as suas alocações num programa já por si privilegiado no conjunto dos programas de qualquer canal, como é o dos espaços noticiosos, pois a estratégia enunciativa de qualquer telejornal passa por assumir inequivocamente que ali se veiculam informações que se devem crer fidedignas e credíveis à partida. Ler Duarte Rodrigues, A., 1993.

de determinar uma orientação de voto, por exemplo, deixa por pensar dois problemas: 1. A manutenção de uma pressão do poder político sobre os líderes de opinião sempre que estes constituem uma ameaça à mensagem que aqueles querem fazer passar; 2. E o papel amplificado que as posições dos líderes de opinião têm quando deixam o espaço delimitado do contacto interpessoal e se estabelecem nos próprios meios de comunicação disponíveis para fazerem circular a sua mensagem.

Nos nossos dias podemos constatar que há a multiplicação da presença de figuras que ocupam um espaço considerável nos meios noticiosos com as suas opiniões, comentários políticos, acabando por virem a servir-se dos mesmos meios dos quais recolhem grande parte da informação que depois usam como ponto de partida dos seus escrutínios. Sendo uma tarefa aparentemente mais fácil a que consiste em identificar na rede social a pirâmide constituída pelos líderes de opinião política que têm uma visibilidade mediática, acabamos por os preferir nesta análise. Será que com isto estamos a reforçar a tese da presença nos meios de comunicação de massa do espírito crítico e do engenho dos indivíduos mais empenhados em orientarem cognitivamente os seus concidadãos na interpretação da realidade pública? Ou é um vício de raciocínio que nos faz pensar que é possível admitir que a qualidade que faz de um líder na comunidade um ser de recursos sociais e linguísticos, é comparável com a aparente passividade social de um líder mediático? O talento que um líder de opinião tem em estabelecer o maior número de contactos pessoais numa comunidade é reorientado sob que forma no líder mediático? E será que não se estará a sobrevalorizar o papel deste, quando os estudos de campo mostraram que é na recomendação/explicação directa, no boca-a-boca, que se estabelecem as maiores percentagens de influência nas

decisões, e que estas ocorrem de forma localizada e no quadro de relações de um pequeno grupo?

Os métodos sócio-métricos e outros que são utilizados na identificação dos líderes de opinião ou pessoas influentes na população em geral são mais bem sucedidos quando nos circunscrevemos ao grupo dos líderes de opinião da esfera mediática. Neste campo, a vontade expressa de um grupo através da adesão que faz às suas teses e que pode ser medida através de sondagens de opinião, pela estatística relativa ao número de referências que a ele são feitas nos discursos dos seus pares, a intensidade e a quantidade de reacções/respostas que tem das suas intervenções, dão-nos uma ideia aproximada do seu real poder de intervenção e de influência sobre os comportamentos de outros. O seu poder acentua-se também pela medição do tempo da sua exposição mediática, da sua permanência visível, e de essa servir como contraponto imediato à mensagem do poder político, impedindo a monopolização do discurso acerca dos acontecimentos. Sendo que ele pode influir na mudança de comportamentos, será junto dos detentores do poder que essa influência mais se fará temer, e serão aqueles que mais o vigiarão, por força dos efeitos que estes julgam que esse discurso terá na orientação de voto dos governados.

Os governantes são reféns da sua ignorância relativamente à real influência dos líderes de opinião na opinião pública, e os seus conhecimentos acerca da teoria social dos comportamentos ou do modelo de Planeamento de Agenda (*Agenda-setting*”), (McCombs e Shaw, 1972) parece firmar-se no pressuposto de que um discurso político tem que remeter necessariamente para um qualquer tipo de estratégia persuasiva¹¹ que insistentemente imponha a sua

¹¹ - Sendo que por esta se entende o acto de fazer com que alguém, através da comunicação, altere um seu comportamento, crença ou atitude.

visão do real. Essa deformação na análise do real poder da comunicação leva-os muitas das vezes a entenderem os líderes de opinião, se estes forem opositores das suas práticas e decisões, como propagandistas que de forma deliberada deformam a realidade política tal como eles a querem dizer, o que os leva a praticar as acções que julgam mais próprias para vencer essa guerra: contratando agências de imagem para lhes assessorar o seu percurso no âmbito da acção comunicacional sendo concomitante que lhes sobre ainda vontade de restringir a livre circulação de informação e a livre expressão de opinião, por crerem ser legítimo a defesa dos interesses do Estado contra os interesses pessoais de um indivíduo ou de um grupo. Veja-se como em Portugal os diferentes governos têm tendência para mexerem sistematicamente na Lei da Comunicação Social, fazendo aparecer sucessivos diplomas em cada novo ciclo governativo¹², ou de fazerem valer os seus interesses junto dos meios de comunicação estatais fazendo nomeações políticas para os cargos de administradores e pressionando nas escolhas dos directores de informação.

O líder de opinião mediático, mais do que um representante da voz pública, continua, como se fora um líder local, a ser o intérprete da voz do poder público junto dos que seleccionam o meio que ele escolheu para se manifestar, para se manterem situados relativamente à informação sobre os acontecimentos. Ele quer-se o interlocutor por excelência com o poder político, porque dele se diz que tem influência. A influência residual de quem é escutado ou lido pelos seus pares e pelos seus concidadãos. O poder político tem que dedicar-lhe atenção na exacta medida do que julga ser a sua influência, seja esta parametrizada pelo número dos que constituem o seu auditório e que podem reagir às suas

¹² - Ler Carvalho de Sá, Domingos S., *Leis da Comunicação Social*, Almedina, Coimbra, 2002.

propostas modificando no futuro a sua orientação de voto, quer pelo prestígio pessoal, académico ou profissional que o faz senhor capaz de alterar disposições, orientando reacções sociais que podem ser civicamente perturbadoras da ordem estabelecida. Como Fagen (1966) explicou, os líderes de opinião constituem o canal por excepção através do qual se transmitem mensagens dos governados aos membros do sistema político, nesse fluxo de comunicação que se estabelece de forma vertical ascendente (depois de estabelecida a rede de comunicação na horizontalidade) pelo líder de opinião e pelo meio técnico de comunicação social. Subversão do procedimento de um líder, ou exponencial da representação das qualidades do mesmo que as vê potenciadas pelo efeito multiplicador dos que têm acesso aos meios de maior divulgação? E qual a influência que sobre ele tem a própria agenda dos *media*, não sendo o caso de o seu papel coincidir com o facto de ser dono, director, editor ou chefe de redacção de um meio de comunicação?

Um líder de opinião identifica problemas sociais mas como não é um político (ou sendo-o, raramente exerce funções executivas ou legislativas¹³), não os pode solucionar. Ele não governa, podendo embora influenciar esse governo. A sua posição é de constatar o erro, ou a falsidade, nas medidas anunciadas e naquelas efectivamente concretizadas para a resolução dos problemas, não tem a função de seleccionar meios que potenciem uma resolução para o conflito surgido. Aí reside a sua força, ele pode analisar e vigiar a forma como os poderes institucionalizados procedem, no quadro dos princípios constitucionais democráticos, de uma forma que julgamos distanciada e não comprometida aos seus interesses pessoais ou de grupo, mas

¹³ - Vimos como o grau de credibilidade cresce em relação directa com a imagem que o orador dele tem de ser um indivíduo imparcial relativamente ao tema sobre que disserta.

não é o actor que actualiza esse procedimento. A sua fragilidade reside no facto de ser uma pessoa ineficaz no que toca a decidir e fazer escolhas positivas relativamente aos assuntos de ordem pública, e de muitas vezes se iludir a esse respeito, procurando projectar-se no tempo dos que têm o poder de governar sem que possua legitimidade para o exercício dessa função.

Não podemos deixar de nos interrogar também acerca dos critérios de selecção que o comentador utiliza para seleccionar os temas a que dá destaque. Onde vai o comentador buscar os argumentos que fundamentam a sua decisão? Na Agenda imposta pelos media noticiosos? Na sua experiência directa das situações que analisa? Nas suas leituras? Nas conversas que estabelece com o seu círculo de familiares, amigos e conhecidos?

Se quer o poder político quer o poder ideológico dos líderes de opinião¹⁴ conseguissem separar as suas actuações no que a uma intervenção na esfera pública diz respeito, se ambos aceitassem que os suas intervenções discursivas têm tempos distintos, talvez passássemos a ter um sentido de cooperação nos assuntos que interessam comumente a todos, um trabalho mais aprofundado entre as diferentes esferas.

O discurso do líder compromete-o com uma avaliação dos acontecimentos que decorrem no presente. É este o tempo que determina a sua actuação como analista político, quer quanto ao sujeito que referencia, quer quanto ao tempo em que esse sujeito está a actuar (nas entrevistas, declarações, apresentações e debates parlamentares dos políticos). Mas o discurso deliberativo do político, do que governa, sendo

¹⁴ - De todos os que conseguem agir alterando o comportamento de alguém, no caso através da sua capacidade de formar opiniões que podem influenciar outrem de uma maneira que mais nada ou ninguém teria conseguido da mesma maneira.

um discurso de exortação ou de dissuasão relativamente a aspectos de ordem político-social que podem, ou não, vir a acontecer (Aristóteles, p.p: 58-74), projecta-se para um tempo futuro. Só discursando para esse tempo faz sentido a arte de governar, que é a de actualizar, cumprindo, o discurso. Esta arte cumpre-se no exercício de deliberação acerca dos meios para se alcançar o fim proposto quanto a uma projectada ordem social, em programa de governo sufragado.

Ao género de discurso epidíctico, do que emite opiniões, o que elogia ou censura (Aristóteles, pp. 56-7 e pp.75-80), cabe-lhe avaliar principalmente no tempo presente os acontecimentos, mostrando a qualidade ou o defeito de algo ou de alguém. Só que as consequências dos actos dos políticos estão inscritas num outro tempo, o do futuro, havendo assim um desfasamento no tempo de análise. Isto não implica que se aguarde pelo fim de uma legislatura para só então se quebrar o silêncio, implica sim uma determinação por parte do líder de opinião em resistir à tentação de precipitar uma análise retórica sobre a sua previsão de consequências futuras da acção política, baseado exclusivamente em pressupostos ideológicos prévios à análise que incide sobre a indicação do tipo de meios que irão ser escolhidos para pôr em prática o seu programa. É o que emite a sua opinião tem que saber fazer uma “apreciação racional das consequências” (Gosselin, 1995) mas sem cair na crença irrealista de que é capaz de prever o conjunto de consequências não previstas e não desejadas sempre que um governante toma uma medida ou anuncia um projecto de lei. Sem esquecer também as próprias consequências não previstas da acção comunicacional do crítico e do oponente (Gosselin, 1995).

Então, se compreenderem que os seus discursos os inscrevem como sujeitos públicos com diferentes atribuições do dos líderes de opinião no que concerne ao tratamento dos assuntos gerais, já que actuam para tempos

diferentes, talvez isso faça com que os políticos deixem de se fixar no seu reflexo sem densidade e sem duração que lhe é devolvido pelos *media*, parando de procurar ilegítimamente fazer coincidir a sua imagem imaginada com a que é representada nos *media*. E se os líderes de opinião mediáticos percebessem a sua excelsa função de observadores atentos e vozes críticas no assinalar de abusos, infracções ou desvios em relação à escolha quotidiana que os políticos têm que fazer para realizarem um projecto de governação que concerne ao bem-público, talvez deixassem de se fixar na vontade de influenciar directamente o futuro através da imposição da opinião sobre a da escolha deliberada do governante.

Objectar-me-ão que é demasiado perigoso esperar pelo futuro para então depreender qual o tipo de responsabilidade que advém de um projecto político; mas isso só irá potenciar o que procuramos evitar: o estado de irresponsabilidade e de anomia que caracterizam as nossas relações de cidadania em Portugal. O político, sentindo que dele se esperam reacções imediatas às solicitações que surgem constantemente no decurso da sua governação, reage governando à vista dos *media*, que ele sabe ser os que têm a soberania na descrição do presente. Sabe-se que os políticos actuam em primeiro lugar para os comentadores políticos (Champagne, 1990), o que os impele a acelerar o seu tempo de deliberação, já que os comentadores precisam de matéria para analisar e eles próprios estão sujeitos a uma velocidade de circulação que é a do tempo próprio dos meios onde comunicam (Schelesinger, 1977). Mantendo-se quase em permanência com um discurso de campanha eleitoral, os políticos são apanhados por esse tempo de campanha mesmo quando em exercício de funções, ora esse tempo é o da circulação e difusão dos *media* que, pela sua natureza dependente do tempo da descrição do acontecimento, os faz prisioneiros do presente.

A actuação política deve ser perspectivada no contexto dos três vectores tempo que permitem depois construir uma noção de intemporalidade que, julgamos, destaca os acontecimentos e lhes dá um sentido de duração diferente daquele que as notícias privilegiam, já que como Schelesinger escreve “da forma como(elas) são concebidas actualmente, tendem a acabar com a consciência histórica.”¹⁵. É essa atitude em relação ao tempo que torna todos os intervenientes no processo comunicacional, fontes, jornalistas, comentadores, políticos e leitores, submetidos à lógica do “imediatismo”. E se bem que essa atitude por si não nos permita concluir que haja uma relação de causa-efeito na qualidade da nossa consciência histórica, como sublinha Shelensiger em texto supra-citado, permite-nos no entanto afirmar que a superficialidade das explicações, a simplificação linguística e temática das mensagens, a rapidez com que é preciso preencher o tempo vazio num espaço noticioso, a ausência de arquivos com informações detalhadas acerca das figuras e dos acontecimentos, são factores que impedem que o tempo longo de uma investigação se realize, que a compreensão das ocorrências respeite a sua cadência própria (procurando-se a sua relação com as forças que os potenciaram e que estão consignadas a um tempo passado que, de forma mais crível, poderão ajudar a contextualizar as observações do presente referenciando as previsões sobre o futuro).

Ao contrário de Lyotard (1990) não cremos que a inumanidade do tempo potenciado pelos meios tecnológicos seja transcendente ao uso que fazemos desses mesmos meios. È na produção e no comentário de notícias que se deve introduzir a questão de ponderação sobre a atitude dessas actividades profissionais. É responsabilidade directa de quem controla os princípios normativos dos meios de comunicação social, sem que o sistema perda funcionalidade, asse-

¹⁵ - Schelesinger,1977, p. 177.

gurar os meios necessários para garantir o tempo e o espaço de reflexão que permitirá a compreensão dos confrontos ideológicos e cognitivos que acontecem, sem que se imponha abusivamente a ideia de que basta um discurso vencer no presente a guerra da ideologia que isso fará com que se imponha a sua descrição da realidade e que sairá vencedor no futuro.

2. Como é que os políticos percebem, na teoria e na prática, a intervenção de um grupo crítico?

Os líderes políticos, ou os seus assessores de comunicação, acabam por nas suas leituras acerca das Teorias da Investigação em Comunicação de Massas (Mass Communication Research) confundir comunicação política com comunicação empresarial (Sfez, 1988), e de, apesar de não encontrarem literatura que sustente essa ideia, manterem a posição de que a comunicação política, e os custos que toda esta estrutura implica, têm resultados imediatamente concretizáveis e verificáveis em termos de eficácia garantida nos resultados finais das eleições (Katz, e Lazaresfeld, 1995). Julgam que se fizerem com que a agenda dos *media* coincida com a sua, passam a poder comunicar de forma mais eficaz com os seus governados, não havendo ruído (leiam-se vozes discordantes ou indiferentes) que interfiram no processo (Traquina, 1995), e que o conteúdo é irrelevante na legitimação de um discurso porque esta é substituída pela ideia de que o suporte onde essa mensagem é difundida garante a sua recepção/aceitação geral (Teoria hipodérmica). Há muita confusão a este respeito, e seria de esperar que os especialistas na área das ciências da comunicação viessem mostrar à sociedade que mais do que os eleitores estarem fascinados com a “magia da comunicação” são os eleitos aqueles que se deixam prender por esse fascínio (Rangeon, 1991), com o conseqüente desnorre

em termos da utilização dos recursos financeiros disponíveis nos partidos ou nas instituições pelo recurso à publicidade massiva, justificada pela ideia simplista de que publicitar mais é convencer mais extensivamente. Os efeitos, aqui há uma relação causa-efeito mais evidente, são de todos conhecidos, os valores de mercado entram na esfera da política, apresentando-se como um factor extra condicionador da autonomia dessa esfera. O candidato ou o partido que mais recursos económicos e materiais possuir, julga difundir mais eficazmente a sua mensagem, o que pode provocar, entre outros aspectos, uma monopolização da comunicação (em Portugal procura-se salvaguardar a equidade na participação mediática dos partidos, não havendo publicidade eleitoral paga na televisão, por exemplo).

Por princípio nenhum político em países democráticos reconhecerá publicamente que não há uma igual legitimidade na livre expressão do discurso político e nas dos discursos da opinião pública e nos da informação. Se tiver uma sólida formação cívica nos valores democráticos, compreenderá que desta relação de forças decorre o tipo de confrontos necessários que asseguram a autonomia de cada uma das actividades e a manutenção do sistema democrático, sendo que por democracia aceito a sintética definição de Keane¹⁶ “(...) o poder de públicos que fazem juízos em público”.¹⁷ Mas a sobrevalorização de um dos domínios da enunciação dos juízos em público na sua relação com os outros, conduz, ou ao **autoritarismo de Estado**,

¹⁶ - Keane, (1991:).

¹⁷ - V. Lemieux (1995) cita Schattschneider para nos dar uma definição mais aprofundada de democracia afirmando que “existe democracia num sistema político organizações dirigidas por líderes que estão em competição entre si e são responsáveis perante o público, politizam divisões e dão publicidade aos problemas e soluções relacionados com essas divisões, a fim de impulsionar a participação de públicos nas decisões que lhes diz respeito.” (1998:105).

se a relação com os *media* for a do controlo sobre os recursos materiais, humanos e estatutários dos meios de difusão, ou ao **autoritarismo da ideologia** sobre o da acção política, se os *media* adoptarem a atitude, e os líderes de opinião a assumirem nas suas intervenções, que assumem o controlo da regulação dos assuntos públicos, ou do **autoritarismo da opinião pública** se se entender que governar é fazê-lo de acordo com a apreciação que a cada momento se faz da realidade, na rejeição pelo princípio da autoridade e dos procedimentos institucionalizados do Estado democrático. Procedimentos que radicam na natureza de um poder que se manifesta na soberania do tempo futuro, e de cuja acção há que tirar ilações e reclamar responsabilidade ética e civil. Mas há que esperar que esse futuro se torne passado, para que não se dissipe e confunda a identidade ideológica e de acção de cada partido, associação ou actor político, na vozearia provocada pelos discursos pouco perspectivados e pouco imparciais do presente.

Partindo da ideia de que há uma ética da responsabilidade do orador (Aristóteles) mas também de que o discurso não é neutro (Platão), é com H. Mead e J. Habermas que defendemos que o estudo da comunicação e da política pode ser feito à luz de um modelo de acção e de racionalidade assente no pressuposto que decorre do entendimento de uma actividade comunicacional como estando orientada para a compreensão, em que o *ethos* do indivíduo é ponderável nas manifestações discursivas que adopta. Assim, ao líder de opinião pede-se que use a sua capacidade cognitiva e linguística que o torna pioneiro na identificação, interpretação e divulgação dos temas mais interessantes e dos problemas que mais afectam a colectividade, e esperar que eles contribuam para, como nos diz Habermas, que o político perceba a opinião pública como legítima interlocutora na medida em que «(...) o espaço público deve (...) reforçar a pressão que exercem os próprios problemas, dito de outro

modo, perceber e identificar não somente os problemas mas formular ainda os problemas de forma convincente e influente, apoiar com contribuições e dramatizá-los de forma a que eles possam ser retomados e acatados pelo conjunto dos organismos parlamentares.» (Habermas, 1992).¹⁸ Mas é nas instituições parlamentares que se governa, e a opinião pública só governará também se for ouvida junto dessa instituição, sujeita à fiscalidade constitucional e independente de uma ordem popular sem regras procedimentais democráticas.

Lemieux (1995) contribui para esclarecer o tipo de poder que efectivamente é verificado na relação entre partidos políticos e *media* e conclui que entendendo-se por poder o tipo de controlo que um actor exerce sobre as decisões relativamente aos seus recursos, ou os recursos de um outro, não se pode dizer que haja uma vantagem nítida de uma actividade sobre a outra, pois o seu estudo indica que há forte possibilidade de os partidos controlarem os recursos normativos dos *media* mas destes terem um maior controlo sobre os recursos humanos e estatutários dos partidos.

3. Qual a reacção ao fenómeno do poder ideológico por parte do poder político?

A conquista da orientação de voto, da conquista da vontade da opinião pública é uma aspiração legítima pelos candidatos e pelos partidos que se apresentam a eleições. Em democracia este procedimento decorre do funcionamento normal do regime de governo de massas assente na ideia de representatividade popular, daí que eles utilizem variados meios para se apresentarem aos seus cidadãos como os mais capazes de solucionar os problemas sociais decorrentes da vida em conjunto, mas caber-lhes-á ouvir (ou serem

¹⁸ - Habermas, J. (1992), trad. Francesa de 1997:386.

obrigados a ouvir) as posições dos que se lhes opõem, no respeito pelos limites do seu poder que deve estar enquadrado no conjunto de garantias institucionais que a Constituição, em primeiro lugar, oferece antes de mais (pese embora estas sejam necessárias, não são suficientes para assegurar a vitalidade de uma opinião pública (Habermas, 1992).¹⁹

Vivendo até hoje sob o paradigma do conflito, a relação entre o poder político e a opinião pública contrária ou reticente relativamente à orientação preconizada por aquele, pode ser lida, em Portugal, com ironia. Graça Franco (1993:6) diz-nos que nem mesmo a Revolução de 74 propiciou o caldo cultural necessário para que ao invés de se ter feito uma Lei da Imprensa, mesmo que de Liberdade de Imprensa fosse ela, se aceitasse que era suficiente para regulação da actividade a aplicação da lei civil aos jornalistas. Não se tendo conseguido essa autonomia em relação à tentação do Estado em controlar a realidade da livre expressão, ela conclui: “Uma lei que, como sempre, logo que a prática se tornou crescentemente mais incómoda alguns pretendem mudar. Nada de novo se olharmos a história”.²⁰ É o tipo de manipulação indirecta que ocorre também quando os meios de comunicação pertencem a grupos privados, já que estes procurarão fazer capitalizar os seus meios em detrimento da qualidade dos conteúdos (Mueller, 1973).

Mas se é previsível o estado de conflito que caracteriza, desde a origem do conceito “opinião pública”, o confronto

¹⁹ - *Ibidem*, pp. 386-414.

²⁰ - E nada de novo se olharmos os acontecimentos que envolveram recentemente as figuras dos ministros Gomes da Silva e Morais Sarmiento do XVI Governo Constitucional, no diferendo que, sobretudo, opôs o primeiro e o líder de opinião Marcelo Rebelo de Sousa, quando aquele político questionou de forma crítica a legitimidade das intervenções e do aparecimento do comentador no Jornal de Domingo da TVI.

dos diferentes poderes que procuravam espaço de publicitação e buscavam a sua autonomia, e se é conjecturável que esse espaço se materialize nos meios que estão preparados para publicitar esse conflito, já não é admissível que aceitemos que esse estado de conflito assumido como de guerra ideológica, e que caracteriza a interação social e política, possa aceitar-se como uma característica inquestionável da realidade política. Não há uma legitimidade a-histórica para essa realidade. A descrição de um estado de coisas não legitima esse estado de coisas. Não as autoriza.

A guerra ideológica que se trava desde a modernidade, desde que se procurou novamente fazer dos princípios de direito da razão natural a lei do governo público dos povos, é travada por todos os que assumem para si o exercício de publicitarem a sua opinião crítica e que têm nos líderes de opinião os representantes dessa arte, que é a da guerra pela conquista do tempo futuro, quer pelos que governam quer pelos governados, pelos que julgam que se pode partir do condicionamento dos acontecimentos do presente, de forma a melhor garantirem a previsão do que será o futuro social. É certo que é no momento presente que podemos cotejar as nossas perspectivas com a realidade, é neste modo de tempo que nos inscrevemos fisicamente, mas o tempo do discurso político remete para um tempo de maior duração do que o que assenta na opinião. Os acontecimentos não são manifestações extemporâneas ou realidades mais ou menos despiciendas, se comparados com a letra ou o espírito de um projecto político cuja fórmula todos julgam possuir e que crêem que potenciará uma sociedade melhor, mas também não são, numa democracia representativa e constitucional, fórmulas privilegiadas de orientarem o governo.

Por um lado temos uma opinião pública cuja genealogia remete para o desenvolvimento e instauração de uma determinada função social que visava criticar o poder político, propondo quadros novos de acção pública, por outro lado

temos um poder político que reage desde logo a essa pressão movimentando os mecanismos de coerção que tem em seu poder, visando suprimir a pressão que se começa a fazer sentir sobre a sua forma de existência e de autoridade, utilizando a violência na sua forma de força física ou na sua forma psicológica, instaurando limites à acção pública, sentenciando-lhe suspensão nas suas liberdades de publicitar os seus juízos. À pressão sobre o poder público central, este reage com a violência que lhe é possível no quadro institucional e legal do seu regime, de forma a delimitar os efeitos de uma posição crítica que pudesse provocar alterações na estrutura do poder estabelecido. Cabe à opinião pública e aos seus líderes aperceberem-se quando os regimes estão a procurar modificar as suas relações institucionais relativamente à liberdade de expressão e circulação, precavendo-se e reagindo contra esse estado de coisas. Sem ilusões, a história ensina-nos que ao lado de cada vontade de emancipação (glosada como uma instauração instantânea e universal) há uma outra de repressão e de controlo. As constituições e as declarações são de direito antes de serem de facto.

Em todas as revoluções, da inglesa à americana, passando pela francesa até à revolução liberal portuguesa, a adequação entre os princípios gerais que norteavam o discurso político e a acção particular dos governos vai uma grande diferença. São frequentes os esforços de condicionar a livre expressão de reprimir a opinião de eliminar a oposição vista como obstáculo para a concretização das medidas de poder.

Em Portugal confunde-se de forma excessiva a mensagem da persuasão com a da informação. Ou se valoriza demais a opinião dos próprios jornalistas acerca das notícias ou estes se escudam em categorias linguísticas que descrevem a realidade de forma estereotipada, pejada de formulações do senso comum que não são fundamentadas ou

problematizadas na exacta medida da sua necessidade.²¹ Não sendo a realidade questionada através de um conjunto de trabalhos de investigação jornalística ou de entrevistas bem preparadas aos actores políticos, fica-se com a noção de que se cuida de fazer o melhor possível quando é possível,

²¹ - Será que a descrição de um facto legitima a sua existência? Quando no passado dia 30 de Novembro o nosso Presidente da República anuncia ao primeiro-ministro que pondera convocar eleições antecipadas e dissolver a Assembleia da República, a SIC Notícias no seu programa Edição da Noite reúne oito distintos jornalistas a fim de analisar os acontecimentos. A dado momento, e depois de instado a responder sobre as linhas de orientação em assuntos económicos para a campanha que se avizinha, o director do Jornal de Negócios, Sérgio Figueiredo, afirma que, e passo a citar de memória, logo perdoe-se alguma inexactidão: “Os candidatos irão mentir, é claro. Não há campanha eleitoral nenhuma em que os políticos não mintam, aqui ou na China.” Não tendo havido, por parte dos seus pares, nenhuma reacção. Sérgio Figueiredo é reconhecidamente um entendido na sua matéria, ponderado e equilibrado nas suas análises, um irrepreensível profissional, e no entanto anunciava, sem que alguém instasse opor-lhe uma ressalva, ou se dispusesse em contra-argumentar, que o discurso dos candidatos em campanha eleitoral é baseado na mentira e que estes estão sempre preparados para prometer tudo. Que essa seja a percepção do cidadão comum já é factor de incómodo intelectual, mas que seja a de um jornalista que tem por missão identificar, evidenciar e dar a informação ao seu público desse estado de coisas, expondo as situações de mentira e confrontando os candidatos com provas ou argumentos que os obriguem a justificar opções programáticas é deveras um caso mais intrigante. Porque se da constatação de que todos os políticos mentem (por si um sofisma) não resultar nenhuma reacção, passamos a considerar que a descrição de um facto legitima a existência desse facto. Ora sabendo que os políticos actuam em primeiro lugar para os comentadores políticos (Campagne, 1990), pois são estes que interpretam, sintetizam e avaliam as prestações dos políticos em primeiro lugar, dando indicações para os seus leitores e espectadores acerca da relevância dos seus discursos e/ou acções, cabe perguntarmo-nos porque se vê a si mesmo como uma força inoperante, no que a este assunto diz respeito, o jornalismo português?

recorrendo-se a um número elevado de comentadores que nas diferentes áreas, mas sobretudo na política, surgem para legitimar a ideia da presença de uma expressão pública presente nos *media*, quando muitas das vezes essas figuras estão excessivamente enquadradas nas suas associações políticas dificilmente conseguindo fazer melhor do que agirem de acordo com os interesses do seu grupo. Gurevitch e Blumer, autores que Habermas referencia nas páginas 405-406 do livro supra-citado, contribuíram com uma lista das tarefas que os *media* devia inevitavelmente assegurar nos Estados constitucionais, julgamos que essa enumeração pode bem ser uma adenda ao código de conduta profissional dos jornalistas e comentadores políticos, de forma a que as actividades destes e as dos políticos tornassem complementares na forma de se exercer o poder.

«1. Observar o meio sócio-político destacando as ocorrências susceptíveis de interferir, positiva ou negativamente, no bem-estar dos cidadãos;

2. Definir as questões significativas do dia-a-dia político, identificar os temas determinantes, tal como as forças que os produziram e que desse modo podem apresentar-se como solução;

3. Estabelecer plataformas que permitam aos homens políticos e aos porta-vozes de outras causas e de outros grupos de interesse defenderem as suas posições de uma forma inteligível e esclarecedora;

4. Permitir o diálogo entre uma diversidade de pontos de vista, tal como entre os detentores do poder (actual e futuro) e públicos de massa;

5. Criar os mecanismos que permitam exigir aos responsáveis que reportem acerca do seu modo de exercer o poder;

6. Incitar os cidadãos a aprenderem a escolher e a estarem comprometidos, ao invés de os deixar só como observadores do processo político;

7. Resistir, em nome de princípios bem definidos, aos esforços exteriores dos *media* que visam subverter a sua independência, a sua integridade e a sua capacidade de servir o público;

8. Respeitar o público enquanto entidade potencialmente interessada e capaz de compreender o seu meio político.».

BIBLIOGRAFIA

Almeida, O. Teotónio, (1995), “Ideologia. Revisitação de um conceito”, in *Revista de Comunicação e Linguagens*, 21-22, Edic. Cosmos, Lisboa, 1995:69-79.

Aristóteles, *Retórica*, trad. M. Alexandre J. e outros, Imprensa Nacional-Casa da Moeda., Lisboa, 1998.

Bobbio, N., Matteuci N., e Pasquino G., (1983), *Dicionário da Política*, 2 vol., trad. Cármen C. Varriale e outros, UNB, Brasília, 2000 (*Dizionario di Politica*), vários artigos.

Cádima, Francisco Rui (1999), *Desafios dos Novos Media*, ed. Notícias, Lisboa.

Champagne, Patrick, (1990), *Faire l'opinion. Le nouveau jeu politique*, Ed. Minuit, Paris.

Chevalier, Jacques, (1991) “Synthese”, in “*La Communication Politique*”, Puf, Paris.

Curran, J. e Seaton, J. (1997) *Imprensa, Rádio e Televisão, Poder Sem responsabilidade*, trad., M^a. Fernandes, Inst. Piaget, Lisboa, 2001.

Duarte Rodrigues, Adriano (1993), *Comunicação e Cultura*, Ed. Presença, Lisboa, pp:147-156.

Esteves, João P., (2003), *A Ética da Comunicação e os Media Modernos, Legitimação e Poder nas Sociedades Complexas*, Gulbenkian, Lisboa.

Fagen, Richard, (1966), *Politics and Communication*, Little Brownoud Co., Boston.

Garcia, J. Luis, “Os jornalistas portugueses enquanto actors do espaço público mediatizado”, in *Revista de Comunicação e Linguagens* 21-22, Cosmos, Lisboa, 1995:365-382.

Garnham., N.(1992), “The Media and the Public Sphere”, In *Habermas and the Public Sphere*, MIT, Massachusetts, 1992:359-376.

Gosselin, André, (1995), “La retórica de las consecuencias no previstas”, in Gilles Gauthier e outros (org.), *Comunicación y política*, trad. Alberto L. Bixio, editorial Gedisa, Barcelona, 1998:333-355.

Habermas, Jürgen, (1962), *L'espace Publique*, Payot, Paris, 1993 (*Strukturwandel der Öffentlichkeit*).

(1992), *Droit et Démocratie*, Gallimard, Paris, 1997 (*Faktizität und Geltung*).

Hovland et al (1953), *Communication and Persuasion : Psychological Studies of opinion change*, Yale Univ. Press, New Haven.

Katz e Lazarsfeld (1955), *Personal Influence: The part played by people in the flow of Mass Communication*, Free Press, Nova Iorque.

Keane, John, (1991), *A Democracia e os Media*, trad. M^a Filo. Duarte, temas e Debates, Lisboa, 2002 (*The Media and Democracy*).

Lazarsfeld, Barelson e Gaudet (1944, 1948 e 1968)

The People's choice: How the voter Makes up his mind in a Presidential Campaign, Columbia Univ. Press, Nova Iorque.

Lemieux, Vicent, (1995), “Um modelo comunicativo de pa política”, in Gilles Gauthier e outros (org.), *Comunicación y política*, trad. Alberto L. Bixio, editorial Gedisa, Barcelona, 1998:95-109.

Lyotard, François, (1988), *O Inumano*, trad. Seabra e Alexandre, Ed. Estampa, Lisboa, 1989.

Mesquita, Mário (org.) “Comunicação e Política”, in *Revista de Comunicação e Linguagens* 21-22, Cosmos, Lisboa, 1995.

McCombs e Shaw, (1972), «The Agenda-Setting Function of Mass Media», in *Public Opinion Quarterly*, nº 36.

Mueller, C., (1973) *The politics of communication*, Oxford Univ. Press, Londres - Nova Iorque.

Rangeon, François, “Communication politique et legitimité”, in *La Communication Politique*, PUF, Paris, 1991.

Schlesinger, Philip, (1977), “Os jornalistas e a sua máquina do tempo”, in N. Traquina (org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias*”, Veja, Lisboa, 1999:177-190.

Sfez, Lucien (1988), *Critique de la Communication*, ed. Seuil, Paris, 1988.

Traquina, Nelson, (1995) «O paradigma do « Agenda-Setting. Redescoberta do poder do jornalismo », in *Revista de Comunicação e Linguagens* 21-22, Cosmos, Lisboa, 1995:189-221.

Weinmann, Gabriel, (1994), *The influentials: People who Influence People*, State Univer. of new York press, Nova Iorque.

Wolton, Dominique (1989), “La communication politique, construction d’un modèle », *Hermès*, n°4, CNRS, Paris.

Wolton, Dominique, (1995), “As contradições do espaço público mediatizado”, in *Revista de Comunicação e Linguagens*, 21-22, Edic. Cosmos, Lisboa, 1995:167-188.

DEMOCRACIA DELIBERATIVA E RECONHECIMENTO: REPENSAR O ESPAÇO PÚBLICO

Maria João Silveirinha*

1. *Introdução*

A rejeição do sujeito colectiva da vida social como uma entidade una e estável, nas sociedades modernas, implicou um novo entendimento da identidade como uma construção negociada pela relação com os outros, num processo de sistemática definição e redefinição dos seus contornos. Abandonados os macro-sujeitos históricos, os grupos minoritários passaram a constituir-se no espaço público democrático a partir das suas reivindicações políticas tocantes à sua diferença e à sua representação nos destinos colectivos. A democracia é uma forma de lidar com os desacordos entre cidadãos que partilham de uma só sociedade mas não de uma só cultura ou de um só sentido do que deve ser feito em matérias que mutuamente os afectam. Por isso, a proliferação e complexificação das sociedades em termos da diversidade que as habitam, coloca de forma particularmente aguda a necessidade de saber de que a democracia pode respeitar as diferenças, não as marginalizando e tornando-se, pelo contrário, tornando-se mais inclusiva. Para a democracia fazer sentido as decisões têm de ser percebidas como representando de uma forma justa os interesses de todas as partes afectadas e não apenas as que podem constituir uma maioria cultural ou numérica.

* - Instituto de Estudos Jornalísticos, Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

O desafio da teoria e prática das democracias contemporâneas é, assim, por um lado, reconhecer que os indivíduos são posicionados de formas múltiplas, em termos de marcadores identitários como a raça, o gênero, a idade, ou a cultura e, por outro, desenvolver formas de lidar com os processos de exclusão gerados pela concentração de poder e pela impossibilidade de acesso a formas de participação na vida colectiva que tenha justamente em conta essas diferenças.

A expressão “políticas de identidade”, muito associada a formas identitárias minoritárias, traduz a afirmação de ideias de diferença e reconhecimento, remetendo para questões diversas e por vezes bem diferentes entre si. O que é comum ao entendimento do termo, no entanto, é o pressuposto de um descentramento progressivo da política pensada para os grandes sujeitos históricos, como a nação e a classe, a favor de um crescente interesse em determinados tipos de diferença cultural, como o gênero, a raça, a etnicidade e a sexualidade. As democracias passaram, portanto, a enfrentar desafios especiais em sociedades multi-identitárias para garantir a representação e participação das minorias, protegendo, promovendo e realizando os seus direitos. O fio condutor das reivindicações destas minorias é a ideia normativa de que os indivíduos e os grupos sociais têm de obter “reconhecimento” ou respeito pela sua “diferença” (Taylor, 1994, Honneth, 1995).

Para uma parte importante da filosofia política contemporânea, o pluralismo moral associado a esta proliferação de reivindicações tornou-se, assim, o principal desafio a que os processos de decisão e justificação política devem responder, estabelecendo a “diferença” como algo que devem tolerar, reconhecer afirmativamente, ou considerar como objecto de deliberação. A cada uma destas respostas corresponde uma dada visão da democracia que podemos designar respectivamente por democracia representativa liberal, democracia radical e democracia deliberativa.

É a relação desta última com as chamadas “políticas de identidade” que nos interessa aqui considerar. Na verdade, esta é uma relação desde logo estabelecida pela coincidência da emergência quer das ideias de “diferença” e “reconhecimento”, quer da própria noção de “democracia deliberativa” pela qual se procurou ir além de um entendimento da democracia que abordava a diferença como uma matéria a desconstruir (em certas visões da democracia radical) ou como uma simples agregação de interesses (democracia liberal).

Torna-se, portanto, necessário considerar de que forma as ideias de “democracia deliberativa” e de “reconhecimento” podem contribuir para a solução dos problemas que as exigências identitárias colocam, o que procuraremos fazer em duas vertentes. Por um lado, partindo das ideias de “democracia deliberativa”, importa saber como podem os representantes cujas perspectivas são transformadas pela deliberação manter-se legítimos aos olhos daqueles que não partilharam essa transformação, e também quais as formas de deliberação que podem concorrer para essa transformação. Por outro lado, partindo das ideias de “reconhecimento”, devemos procurar perceber a natureza da injustiça que os movimentos identitários contestam.

Em causa estão diferentes questões complexas como pretensões à razão, evolução social, abertura da deliberação ao diálogo cultural e fronteiras de deliberação política. A uni-las está um entendimento alargado de formas e lugares comunicacionais, nas diferentes articulações do espaço público.

2. A democracia deliberativa e o espaço público

Num modelo de democracia maioritária os membros de uma sociedade são governados pela vontade de uma maioria. Ainda que as decisões desta possam ser revogadas em qualquer altura, uma vez que devem ser revistas por outras

maiorias, as minorias sentem-se frequentemente ameaçadas pelos processos de regra da maioria. Para ser legítima, a regra da maioria tem de ter por base uma deliberação de um público informado sobre os interesses e alternativas disponíveis. Assim, devendo a teoria democrática responder pelo processo de responsabilidade na tomada de decisões, ela está intimamente ligada às teorias do espaço público, onde o que está em causa é uma avaliação do papel da comunicação pública na facilitação ou impedimento deste processo. As diferentes versões de teoria democrática consideram esse papel também de forma diferente entre si, como passaremos a rever.

Em geral, à tradição da representativa liberal corresponde uma teoria que aceita o desejo de um espaço público, mas que considera a participação do público em geral como limitada e em grande parte indirecta. Nela, o papel do cidadão consiste em escolher periodicamente os seus representantes, não necessitando de se envolver directamente. Na verdade, a tendência da democracia liberal é considerar que os problemas relativos à articulação de sociedades complexas são um problema de “governamentabilidade”. Por isso tendem a concentrar-se nos seus dispositivos estruturais e formais, como o sistema partidário e a representação política, a agregação de interesses e os problemas de coordenação social em geral. Perante conflitos morais, a resposta está no voto. Mas os princípios procedimentais subjacentes à decisão do voto nada dizem sobre importantes aspectos, do ponto de vista do problema moral, como os argumentos, a natureza das provas e a argumentação constituída como pública.

A comunicação é, neste âmbito, entendida sobretudo como comunicação social, maiorariamente garantida pelos media que, se cumprirem as suas funções tal como a sociedade liberal as entende, deverão manter o cidadão devidamente informado para que ele possa tomar as decisões de voto. A inclusão dos diferentes sujeitos passa sobretudo por

encontrar (de forma informada) um representante (normalmente um partido político) no espaço público formal decisório.

Sem ignorar os aspectos formais de tomada de decisão, uma vez que estão em causa os elementos institucionais necessários à democratização, a chamada “democracia deliberativa” coloca, antes, a tónica no papel do cidadão como actor político. A ênfase é o pressuposto de que a democracia necessita de cidadãos informados e racionais, cuja influência no processo de tomada de decisão não se restringe às eleições, mas se estende à participação racional no debate público sobre questões políticas. A partir das ideias de participação política e da extensão das arenas da vida pública, estes modelos alternativos de democracia partilham o pressuposto de que a participação democrática só pode ser conseguida por uma consideração mais abrangente da actividade política, mais em termos da sua actividade que do que em termos de quem pode efectivamente participar. Entendendo a democracia como processo, a sua base normativa reside na deliberação que inclui o diálogo político. Como diz John S. Dryzek, “A deliberação, por definição, especifica que os indivíduos comuniquem, relativamente às decisões colectivas, em termos que possibilitem uma aceitação reflexiva por parte dos que ficam sujeitos à decisão” (Dryzek, 2000: 11). Esta necessidade não é, como recorda o mesmo autor, incompatível com a explicação liberal da política, definida esta como interacção, busca e agregação de interesses definidos à partida e de uma forma privada pelos cidadãos, pois mesmo uma política de interesses privados exige algum tipo de estrutura institucional que obriga a tomar decisões sobre essa mesma estrutura.

A democracia deliberativa implica uma tomada de decisões políticas baseadas na troca de razões e argumentos, num processo em que todos os cidadãos participam, indo além dos seus interesses pessoais e pontos de vista, a fim

de reflectir sobre o bem comum. Trata-se de articular formas de diálogo democrático que possam transformar as compreensões que os participantes têm de si mesmos, dos seus interesses e dos interesses dos outros, e desta forma criar as bases legítimas para um consenso democrático em torno das reivindicações em questão. Assim, e na síntese de Filipe Carreira da Silva, a democracia deliberativa assenta num conjunto de pressupostos: “Em primeiro lugar, a sua insistência na noção de “debate racional” enquanto procedimento político por excelência, em vez da noção de “compromisso entre interesses divergentes”. Em segundo lugar, como sublinha Jon Elster, ao invés dum acto privado como é o voto, a democracia deliberativa aposta num acto público enquanto acto político por excelência – a troca livre e pública de argumentos. Em terceiro e último lugar, a ideia de que se trata de deliberação realmente democrática, no sentido de que incorpora princípios essenciais do ideário democrático como sejam a igualdade política de todos os participantes e a sensibilidade ao interesse público» (Silva, 2004: 2).

A base da democracia deliberativa é, portanto, largamente liberal e articula alguns dos dilemas e dificuldades desta. Tendo por base a deliberação, não pode deixar de colocar em questão o que deve ser tido em conta na tomada de decisões. É o problema das “razões públicas” que assistem às diferentes reivindicações, uma das questões que divide os autores liberais.

Para um liberal como Rawls, o traço específico das nossas sociedades – resultante não só da diversidade social mas dos próprios limites inultrapassáveis do uso da razão prática – é o pluralismo moral resultante da coexistência num mesmo espaço político de doutrinas morais diferentes incorporando valores fundamentais distintos articuladas de determinadas formas fundadoras de diferentes concepções da vida boa. O que permite decidir da necessidade de deliberação é precisamente a “razão pública” (relativa apenas a um conjunto

de matérias como a constituição e questões de “justiça básica”) que deve filtrar os argumentos políticos. Estes só devem ser baseados na humanidade comum de cidadãos iguais e livres (Rawls, 2000)¹. Mas a razão pública não se aplica a todas as questões fundamentais - apenas às do “fórum político” que inclui o discurso do juízes de um tribunal supremo, o dos funcionários governamentais (líderes e legisladores) e o discurso dos candidatos a cargos públicos (Rawls, 2000: 145) – e por isso não passa pela teorização de fóruns alargados fora destes âmbitos formais do Estado. Esses outros âmbitos são entendidos apenas como “cultura subjacente”, de que fazem parte as igrejas, as universidades e todos os tipos de associações (Rawls, 2000: 146). Assim, o lugar do uso público da razão é, para John Rawls, não a sociedade civil organizada, como para os teóricos deliberativos, mas o domínio do Estado e a “estrutura básica da sociedade”. Por isso, neste autor, a questão do espaço público não é desenvolvida, ainda que a sua ideia de uma ‘democracia constitucional bem ordenada’ deva ser “compreendida também como democracia deliberativa” (Rawls, 1997: 771-772).

Para outros autores, no entanto, é preciso uma aplicação mais vasta deste âmbito, pois trata-se de definir as con-

¹ - Na verdade, no *Liberalismo Político* Rawls entende que as concepções de vida abarcantes implicam conflitos de valores. Para o autor, uma vez que os princípios que ordenam a estrutura institucional de base da sociedade devem ser partilhados por todos os cidadãos, a sua aceitação terá de se apoiar em razões publicamente partilhadas (Cfr. Silveirinha, 2004). No entanto, como argumenta Avritzer (1999), Rawls cai em contradição na forma como percebe a relação entre pluralismo e razão pública. Por um lado, reconhece a presença de doutrinas plurais, em conflito nas nossas sociedades, que se colocam em relação a questões éticas e morais e que cumprem um papel central numa sociedade pluralista. Por outro lado, afirma que as razões que essas doutrinas postulam são privadas e que é possível prescindir delas ao formar uma teoria da justiça.

dições para uma participação dialógica activa, por referência a discussões públicas irrestritas sobre questões comuns, o que leva ao desenvolvimento de uma teoria do espaço público localizada sobretudo na sociedade civil e tendo por centro a deliberação argumentada. Trata-se, portanto, de uma segunda tradição de teoria social que trabalha com a ideia de argumentação.

Muitos aspectos da democracia deliberativa derivam, por outro lado, de uma perspectiva republicana da democracia que desafiou o modelo liberal dominante. Ainda que possamos encontrar raízes antigas no pensamento político, Joshua Cohen e Jürgen Habermas podem ser considerados os teóricos que estabeleceram as bases da democracia deliberativa. Joshua Cohen foi o primeiro a definir em detalhe as características de um procedimento deliberativo para a tomada de decisão política (Cohen, 1989), ainda que Habermas o tenha feito primeiramente de forma indirecta, através das suas teorias do espaço público e da comunicação.

Para Habermas, o paradigma deliberativo tem por base o exemplo histórico do espaço público burguês europeu, nascendo daqui algumas diferenças relativamente a outros teóricos deliberativos (Benhabib 1996: 75).

A forma como Habermas operacionalizou esses conceitos variou ao longo da sua obra. Como é bem conhecido, a sua matriz é de espaço público o processo histórico da ascensão da burguesia que permitiu o estabelecimento de uma nova forma de relação com o poder (Habermas, 1989). A “publicidade” emerge historicamente como o resultado do processo no qual os indivíduos exigem dos governantes justificação moral dos seus actos em público.

O conceito de esfera pública tem portanto, neste autor e desde a sua origem, algumas características centrais ligadas ao debate democrático contemporâneo: nomeadamente a ideia de um espaço de interacção face-a-face diferenciado do Estado, e o debate em torno do conteúdo moral

das diferentes relações sociais com uma dinâmica que não é movida nem por interesses particulares, nem pela tentativa de dominar os outros. A sua ideia é que o uso público da razão estabelece uma relação entre participação e argumentação pública: “A paridade segundo a qual a autoridade do melhor argumento pode prevalecer e conseguir contra a hierarquia social, no pensamento daquele momento, a paridade da condição humana comum” (Habermas, 1989: 36).

A formulação habermasiana inicial de espaço público foi criticada em diferentes níveis, o que tem implicações para a forma como as reivindicações identitárias podem ser entendidas. Comum a muitas destas críticas é a concepção liberal e unitária que lhe estava subjacente. Para Nancy Fraser, por exemplo, contra a tese liberal e contra a tese de um espaço público unitário, o espaço público deve ser antes entendido como uma política de “arenas discursivas paralelas onde todos os membros de grupos sociais subordinados inventem e circulem contra-discursos para formular interpretações oposicionais às suas identidades, interesses e necessidades”. (Fraser, 1994: 123).

Como refere John Dryzek (2000: 24), quando finalmente Habermas formulou a sua própria teoria da democracia, na obra *Faktizität und Geltung*, estava sensibilizado para estes problemas. A sua proposta de ‘democracia deliberativa’ (1996: 277-305) introduziu um modelo de democracia procedimental que, associada a uma ‘ética discursiva’ procura constituir-se como uma alternativa tanto ao individualismo liberal como ao consenso comunitário, reunindo os elementos de teorias liberais baseadas no interesse e as teorias comunitárias baseadas no bem comum. Do seu ponto de vista, os cidadãos são movidos por um conjunto de capacidades comunicativas que garantem que se podem reconhecer uns aos outros na esfera política como iguais e realizar juntos as condições de liberdade ou auto-realização, por deliberação e acção. Assim, para Habermas, o espaço público

abrange não só o que para Rawls é a cultura subjacente (a esfera pública informal onde se desenvolve a formação da opinião, em termos habermasianos), mas também o que é para Rawls a “cultura pública política” e que, para Habermas são os processos políticos formalmente institucionalizados de opinião política e formação da vontade (Habermas, 1996a).

É esta tentativa de reconstruir um padrão de equidade comunicativa que inspira muitas teorias de democracia deliberativa². Assim, Joshua Cohen descreve-a como aquela que está “enraizada no ideal intuitivo de uma associação democrática em que a justificação dos termos e condições de associação se processa pela argumentação pública e racional entre cidadãos iguais” (Cohen, 1989: 17). Ou seja, uma verdadeira política democrática envolve necessariamente três condições: a deliberação pública centrada no bem comum; a manifesta igualdade entre cidadãos; e “moldar a identidade e os interesses dos cidadãos de formas que contribuam para uma formação de uma concepção pública do bem comum” (Cohen, 1989: 19).

Na verdade, já não está em causa só o processo de *decisão*, mas o processo *argumentativo* que pode auxiliar a decisão. Esse processo envolve estender o debate sobre princípios de justiça para além das esferas formais do Estado, alargá-lo à sociedade civil e a uma reflexão da opinião e da decisão

² - Nem todas as teorizações de democracia deliberativa têm esta aproximação habermasiana. Autores como Amy Gutmann, Benjamin Barber, Frank Michelman, Cass Sunstein, e Dennis Thompson propõem uma democracia deliberativa mais próxima de Dewey e Arendt e do próprio John Rawls, isto é, um pouco diferente das propostas sobretudo por Iris Marion Young, Seyla Benhabib e Joshua Cohen, mais habermasianas. As diferentes versões, no entanto, insistem na possibilidade (e necessidade) de basear a legitimidade e a autoridade em algumas formas de razão pública e em alguma forma de racionalidade.

política, identificando as condições que devem satisfazer os processos para que as exigências morais possam ser tidas em conta e realizadas na esfera política. A principal condição de realização da democracia reside em decisões assentes numa discussão argumentada aberta a todos os pontos de vista e orientada para a produção de um acordo, a partir de procedimentos de troca de razões sobre o que é justo.

Defende-se, assim, que é possível chegar a decisões relativas a temas de preocupação colectiva, no interesse comum entre uma política de cidadãos livre e iguais, que sejam justas e obrigatórias. Para isso, é necessário que os processos de tomada de decisão incluam todos os afectados por um tema e pelos resultados legítimos que têm de representar um ponto de vista imparcial que se diz igual nos interesses de todos. É nesta medida que a democracia deliberativa se torna, nas palavras de Seyla Benhabib, “o modelo conceptual e institucional mais adequado para teorizar a experiência democrática de sociedades complexas” e para “permitir a expressão da diferença sem fracturar a identidade do corpo político e sem subverter as actuais formas de soberania política” (Benhabib, 1996: 5-6). Se as minorias podem ser afastadas do espaço público porque a cultura tende a ser dominante e centrada sobre si própria, empurrando-as para as margens, a deliberação pretende ser uma forma de atrair essas margens, a partir das teorias de democracia participativa.

Enfatizando a participação política como o processo pelo qual um sujeito privado se orienta para o público, o procedimento deliberativo estabelece a natureza e condições desta participação, tendendo a compará-la a alguma versão do que Habermas chama “racionalidade comunicativa”. Essa ideia tem atraído críticas de diferentes perspectivas, nomeadamente pelos problemas da sua real abrangência e das questões práticas formais da sua realização. A questão é saber como lidar com as diferentes formas pelas quais as relações

de poder distorcem a deliberação e como compensar a desigual capacidade daqueles que desejam entrar no fórum, nomeadamente as minorias. Não é certo que esta racionalidade geral seja a que melhor serve os interesses identitários particulares e simultaneamente universais.

Em causa estão também outras objecções, como o facto de se argumentar que as desigualdades de riqueza e hierarquias de poder devem ser postas entre parêntesis nas deliberações públicas. Na verdade, argumenta-se, essa “obliteração” não é possível, pois o discurso mantém-se sempre distorcido por vários factores como, por exemplo, a própria relutância dos grupos oprimidos à discussão (incluindo as mulheres ou as minorias) e a forma fácil como os seus meios discursivos, quando existem, se desprezam. Além disso, o apelo à unidade implícito na democracia deliberativa (a orientação para um bem comum) acaba por não ser mais que um apelo implícito a ‘alinhar’ pela cultura dominante.

A forma de evitar estes problemas é olhar a diferença – mesmo que profunda – como um recurso, não como um obstáculo ao acordo, já que este, sem compreensão, nem sequer chega a ser um acordo. O objectivo do acordo deve ser subordinado ao objectivo da compreensão. Na verdade, para acordarmos sobre normas que verdadeiramente respeitem diferentes pontos de vista, devemos, consciente e deliberadamente, procurar compreender os pontos de vista dos outros e para isso são necessários alguns procedimentos para as trocas comunicativas nas relações com outros que os reconhecem nos seus próprios termos, nas suas necessidades específicas e particulares, perspectivas, sentimentos e desejos. As decisões podem tornar-se claras quando este tipo de compreensão se torna disponível a todos os que serão afectados por elas, ainda tal só possa verdadeiramente acontecer em condições ideais, com a eliminação da dominação e opressão.

No entanto, podemos também interrogar que forma serve a ideia de espaço público deliberativo o entendimento político das reivindicações identitárias. Se hoje parece difícil perceber a identidade como precedente à própria acção política, percebê-la como algo que se constrói e desconstrói nas arenas interactivas da vida democrática gera igualmente alguns paradoxos de difícil solução: “Na maioria dos modelos, incluindo o da famosa teoria de Habermas do espaço público – a formação da identidade prepara-nos para a entrada na arena pública. Dá-nos força individual e opiniões individuais. Inversamente, o espaço público exige que ponhamos as nossas diferenças de lado, sejam elas de classe, etnia ou género, para que possamos falar como iguais. Assim, torna quase impossível tematizar essas próprias diferenças como objectos da política, em vez de obstáculos a ultrapassar antes da formação política racional da vontade colectiva” (Calhoun 1994: 3).

Em termos concretos, os teóricos da democracia deliberativa pretendem realçar o valor prático, tanto quanto normativo, da participação, pelo que não podem ficar-se pelas instituições representativas formais da sociedade democrática. A questão que se coloca é se poderão os “públicos fracos” assumir essa tarefa, mesmo estabelecidas as condições para que a deliberação possa acontecer. Por outro lado, ao enfatizar a troca de razões como fonte de decisões legítimas, os democratas deliberativos procuram igualizar o poder, garantir o acesso aos participantes. Mas poderemos questionar se a racionalidade se aplica apenas à motivação dos participantes no discurso ou se é aplicável ao próprio conteúdo do discurso. E, neste caso, não estaremos a colocar de lado formas comunicativas alternativas?

Além destas, outras questões se colocam, nomeadamente dentro dos espaços públicos formais de deliberação: para incluir grupos e identidades marginalizadas bastará que os grupos identitários diferentes exijam um fim para as suas

humilhações culturais e um reconhecimento justo das suas necessidades especiais como requisito da sua auto-realização?

Em causa estão, neste último aspecto, por um lado, as pretensões baseadas na identidade de vários grupos sociais e, por outro, as acções, programas e políticas públicas implementadas pelas autoridades públicas para reconhecer estas exigências. A ligação entre estes dois aspectos pode apresentar configurações muito diversas (por exemplo, algumas políticas públicas criarão, pela sua própria acção, outras exigências dos grupos, etc.), mas importa, afinal, saber que tipos de procedimentos e mecanismos deliberativos são adequados a permitir estabelecer a conversação e a persuasão a partir de diferenças culturais profundas, em especial se reconhecemos que os factores de distorção podem penetrar os processos políticos supostamente imparciais.

Nancy Fraser, Seyla Benhabib and Iris Marion Young, partindo de premissas feministas procuram explicar e criticar a forma como as mulheres são marginalizadas da política, a partir, nomeadamente, da própria definição de “política” como uma esfera à parte da vida privada que obscurece a forma como as relações de poder se estendem aos dois domínios, actuando assim como uma forma discursiva de poder. Esse poder de excluir o quotidiano da política estreita não só o leque de quem pode aceder ao espaço público, mas também o que está aberto à discussão política e a própria a forma como pode ser discutido.

No que se segue, procuraremos abordar duas perspectivas das identidades e do espaço público que, mantendo-se fiéis a alguns princípios da democracia deliberativa, são mais pessimistas sobre a possibilidade de afastar o poder opressor do discurso e procuram novas formas de inclusão.

3. *A democracia comunicativa na versão de Íris Marion Young*

O modelo de democracia deliberativa tem sido recebido de formas diferentes pelas feministas pois, embora pareça oferecer bons recursos para pensar questões relativas à inclusão, não parece resolver alguns dos problemas que se prendem com o reconhecimento das diferenças (Squires, 2001). Iris Marion Young é uma das autoras que oferece um modelo de democracia deliberativa que, colocando a possibilidade de comunicar a diferença no seu centro, procura resolver alguns dos problemas associados à questão do reconhecimento³. Um dos seus pontos de partida é o reforço da injustiça pela universalização das normas dos grupos dominantes a partir de políticas de distribuição que são cegas à diferença. Essa injustiça tem por base uma dicotomia entre a ordem cultural e a ordem económica que, na sua opinião, precisa de ser desconstruída (Young, 1990, 2000). Procurando desafiar a dominação institucional, Young apresentou, nos seus primeiros textos sobre esta matéria, “uma visão de um público heterogéneo que reconhece e afirma as diferenças de grupo” (Young, 1990: 10), defendendo a necessidade de estabelecer mecanismos, como a organização própria dos grupos e propostas políticas como o poder de veto, que permitam reconhecer diferentes vozes (Young, 1990: 184).

A autora reconheceu algumas críticas que lhe foram feitas em termos de assentar numa concepção demasiado simples dos grupos como internamente homogéneos, bem vinculados, mutuamente exclusivos e caracterizados por interesses

³ - Como Nancy Fraser faz notar, Young não usa o termo “reconhecimento” mas também como a mesma autora refere, a sua caracterização das políticas de identidade acaba por conduzir à lógica do reconhecimento (Fraser, 2003: 97).

determinados (Silveirinha, 2004). No entanto, reteve a ideia de que os grupos estruturados a partir de identidades específicas têm formas particulares de discutir as questões políticas.

As suas propostas aceitam a centralidade da deliberação para a formação de uma democracia autêntica, mas rejeitam a forma como alguns autores – nomeadamente Habermas e Cohen - fizeram dela uma formação demasiado abstracta, excluindo grupos subordinados e marginalizados dentro da sociedade. Do sistema por eles proposto ficam de fora aqueles que podem não possuir a educação ou o vocabulário exigido para o argumento abstracto, sendo necessário conceder-lhes formas alternativas e culturalmente situadas de fazerem passar a sua mensagem (Young: 1996; 2000: 52-80).

O que este em causa é uma concepção de democracia que privilegia uma cultura de argumentação racional, de uma forma de discurso que não admite diferença ao falar e escutar⁴. A deliberação, nestes termos, privilegia o discurso propriamente dito, em vez do ouvir, uma vez que o objectivo da deliberação racional, base do compromisso político, dá prioridade ao discurso afirmativo e confrontacional, formal e lógico, imparcial e sem corpo. Isto não pode satisfazer a autora, preocupada, sobretudo, com questões de justiça e de opressão social. Parte desta injustiça é a dominação que impede a autodeterminação e, que nesse sentido é directamente oposta à democracia, manifestando-se de várias

⁴ - Nas suas palavras, A democracia deliberativa é concebida “como um processo que cria um público onde os cidadãos se reúnem para falar sobre problemas, objectivos, ideais e acções colectivos (...). Os participantes têm o cuidado para separar as boas razões dos maus argumentos, os válidos dos inválidos. Os interlocutores eliminam correctamente más razões e discursos que não são bem discutidos (...) Ao avançar e criticar pretensões e argumentos, os participantes na deliberação não descansam até que a ‘força do melhor argumento’ os leve a aceitar uma conclusão” (Young, 1996: 121).

formas, mas constituindo-se sempre como constrangimento institucional. No entanto, não basta que se tenha democracia para combater a injustiça. É preciso cultivá-la de forma participativa. Por um lado, deve-se permitir aos indivíduos algum controlo sobre as instituições económicas e sociais e, por outro, deve-se reconhecer e manter as diferenças de grupo “dando simultaneamente recursos adicionais para os actualmente prejudicados ou oprimidos” (*Ibid*). Ou seja passando a incluir a representação e a participação directa dos grupos sociais em desvantagem. Trata-se de dar voz aos grupos marginalizados através de mecanismo especiais de representação por forma a ajudar a contrariar o estatuto dominante e as hierarquias culturais. Esta é uma preocupação que Young projecta também no seu trabalho mais recente, que apresenta a teoria democrática como uma resposta à questão de como resolvermos a injustiça sistemática do mundo, aceitando como sua base um ideal normativo de democracia como “um processo de comunicação entre cidadãos e oficiais públicos, pelo qual eles fazem propostas e se criticam, procurando persuadir-se uns aos outros da melhor solução para os problemas colectivos” (Young, 2000: 52). Para que espaço seja aberto e público, isto é verdadeiramente acessível e assim normativamente legítimo, a questão da inclusão é essencial, sendo necessário combater todas as formas pelas quais esta inclusão é impedida. O seu trabalho procura, assim, encontrar formas comunicativas que impeçam a exclusão não só externa, mas também interna, isto é, as formas que “por vezes ocorrem mesmo quando os indivíduos e os grupos são minimalmente incluídos na discussão e no processo de tomada de decisão” (Young, 2000: 53).

Apresentando um conceito de justiça inclusiva a partir da teoria da acção comunicativa de Habermas, Young mostra que, em sociedades de massa, as decisões não são tomadas

num contexto de interacção face-a-face. Nas suas palavras, “o desafio de uma teoria da democracia baseada na discussão é explicar como se podem aplicar as suas normas e valores às políticas de massa, em que as relações entre os membros são mediadas de forma complexa e não em situações de face a face” (Young, 2000: 45). A representação proporcional pode, no entanto, ter por base não as opiniões e os interesses concorrentes de grupos diferentes, mas uma estrutura das muitas perspectivas individuais das relações plurais dos indivíduos uns com os outros e com os seus representantes.

Mesmo defendendo um compromisso para com a não dominação na tomada de decisão política, a condição de possibilidade da comunicação não é necessariamente um acordo subjacente ou a compreensão partilhada. É mais importante enfatizar a importância de reconhecer as diferenças e os desacordos e descentrar os processos de deliberação, do que estabelecer como o objectivo de alcançar o consenso participativo: “Num modelo descentrado de democracia deliberativa, o processo democrático não pode ser identificado com uma instituição ou conjunto de instituições – o Estado, os corpos legislativos, os tribunais, etc. Pelo contrário, os processos de comunicação que fornecem significado normativo e racional à democracia ocorrem à medida dos fluxos e trocas entre os vários sectores que não cabem sob um princípio unificador” (Young, 2000: 46).

A partir de uma compreensão da “acção comunicativa envolvendo reciprocidade assimétrica entre os sujeitos” (Young, 1996: 121), podemos constatar que a reciprocidade implica um respeito igual, mas cada participante na interacção comunicativa é diferencialmente posicionado e cada um reconhece “que outros arrastam atrás de si sombras e histórias, cicatrizes e rastos que não se tornam presentes na nossa comunicação”, pois, na verdade, haverá sempre muito que

não é compreendido no outro e conseqüentemente “eu não posso colocar-me na sua posição” (Young, 1997: 53).

Alternativamente a uma democracia baseada nos interesses onde as elites de grupos poderosos podem dominar, o modelo idealizado de democracia comunicacional é potencialmente mais igualitário e inclusivo, servindo para compreender “as diferenças de cultura, perspectiva social, ou compromisso particularista como recursos a utilizar para alcançar um entendimento na discussão democrática e não nas divisões que devem ser superadas” (Young, 1996: 120). Falamos assim, de democracia ‘comunicativa’ em vez de ‘democracia deliberativa’ (Young, 1996: 132).

No interior de um discurso como o pressuposto no modelo da democracia deliberativa (assertivo e confrontacional), muitas pessoas, especialmente as que estão em desvantagem, são intimidadas pelas regras formais das instituições deliberativas, sendo certo que a capacidade de argumentação (que conduz ao melhor argumento, nos termos de Habermas) não se encontra distribuída de um forma uniforme por toda a gente. Por esta razão, a democracia deliberativa precisa de incorporar um alcance mais vasto de formas de comunicação a fim de poder incluir todos os grupos sociais e culturais, sejam eles quais forem, diferenciados na sua forma e no seu acesso ao poder.

Na verdade, “uma crescente literatura diz demonstrar que as raparigas e as mulheres tendem a falar menos que os rapazes e os homens em situações de discurso que valorizam a afirmação e o confronto de argumentos” (Young, 1996: 123). Outras feministas chamam a atenção para este mesmo problema: “a investigação feminista tem documentado um síndrome que muitas de nós observámos em reuniões da faculdade ou noutros corpos deliberativos mistos: os homens tendem a interromper mais as mulheres, mais do que estas os interrompem; os homens também tendem a falar mais do que as mulheres, falando mais vezes e durante mais

tempo; e a intervenção das mulheres é mais vezes ignorada e sem resposta do que as dos homens” (Fraser, 1992: 78).

Com efeito, o poder por vezes penetra na forma, no estilo e no conteúdo do discurso, o que significa que os grupos mais marginalizados normalmente tendem a ser excluídos ou silenciados. Para contrariar esta tendência, torna-se necessário “um igual privilegiar de qualquer forma de interação comunicativa onde as pessoas procuram alcançar entendimento” (Young, 1996: 125). Tal envolve falar e escutar a partir de diferenças de cultura, posição social, necessidades e compromisso, reconhecendo os outros na sua particularidade e, para facilitar a participação de vozes múltiplas na tomada de decisão, há que permitir múltiplas formas e estilos de comunicação, num processo aberto sem resultados pré-determinados, mas pelos quais as opiniões, preferências e perspectivas são transformadas.

Em causa está, afinal, a necessidade de “uma concepção vasta e plural de comunicação que inclua a expressão e extensão de compreensões partilhadas onde elas existem, e o oferecimento e reconhecimento de significados não partilhados” (Young, 1996: 133). Entre estes, estão três grupos de elementos formais comunicacionais que mantêm a pluralidade: a saudação que “é uma forma de comunicação pelo qual um sujeito reconhece directamente a subjectividade dos outros, alimentando a confiança” (Young, 2000: 53) e que inclui os, sorrisos, apertos de mão, abraços, a oferta de comida e bebida, enquanto preliminares importantes para estabelecer confiança ou respeito; a retórica, que é tanto uma localização da posição do locutor em relação à audiência, como um desejo de agradar à audiência pelo humor, jogo de palavras, imagens e figuras de discurso; finalmente, há ainda a narrativa, isto é, o contar de histórias que nutre o entendimento pelas diferenças e, ainda que os que estão diferentemente situados não possam partilhar dela, é exigida alguma tentativa para a entender e para fazer justiça com os outros.

A democracia comunicativa - ao contrário da democracia deliberativa que parte do princípio que a crítica e o dissenso são perigosamente disruptivos, criando divisões que precisam de ser superadas - espera a diferença, a discordância e o conflito. O objectivo do discurso, nesta nova versão da democracia, não é a identificação mútua, mas o reconhecimento e o abranger das diferenças. Só isso permite uma forma de compreensão que encoraja a “transformação que os teóricos deliberativos recomendam”, mas que não exige o tipo de identificação enfática que esses teóricos descrevem como necessária (Young, 1996: 128).

O alargamento a formas comunicacionais para além do argumento é, no entanto, terreno fácil para formas manipulativas e autora está ciente delas, mas responde-lhes com a necessidade de complementar o argumento e outras formas comunicativas e de exercer uma crítica vigilante sobre elas. Nas suas palavras: “a única solução para a conversação manipulativa ou inapropriada é mais conversação, para a expor ou corrigir, seja por um conjunto de razões, um modo de reconhecimento, uma forma de argumentar ou uma narrativa”(Young, 2000: 79).

No entanto, não nos parece ser esta uma resposta satisfatória. Embora a importância da perspectiva de Young esteja no facto de reconhecer que os cidadãos percebem as tomadas de decisão e a própria forma de comunicar ‘boas’ razões de um modo diferente, não é claro como o modelo de democracia comunicativa constitui uma estrutura que permita este tipo de compreensão das diferenças. Como refere Seyla Benhabib, embora a saudação, o contar de histórias e a retórica possam ter um lugar na comunicação informal, não podem tornar-se “a linguagem pública das instituições e das legislaturas numa democracia” (Benhabib, 1996: 83). Com efeito, “para atingir a legitimidade, as instituições democráticas exigem a articulação das bases das suas acções e políticas na linguagem discursiva que apela a razões públicas partilhadas e aceites de uma forma comum” (*idem*).

Um alargamento da matéria discursiva pode ser frutuoso para criar novas pontes de entendimento mas será preciso ir além do argumento cultural para solidificar o terreno das reivindicações identitárias, mantendo, ainda assim, a preocupação da inclusão – quem e como deve participar - no espaço público. No entanto, a questão da inclusão não deve estar simplesmente ligada conceptualmente ao “reconhecimento” dos pontos de vista distintivos dos actores, devendo simultaneamente procurar as raízes das injustiças noutros terrenos que não apenas os culturais. É isso que argumenta Nancy Fraser.

4. O espaço público além do reconhecimento: o trabalho de Nancy Fraser

O trabalho de Nancy Fraser tem-se desenvolvido segundo linhas de uma teoria crítica, com a particularidade de insistir não só no reconhecimento, mas na importância das lutas contra a injustiça ancoradas na economia política da sociedade. Assim, o que em boa parte distingue o seu trabalho é o facto de chamar a atenção para os perigos de reduzir os problemas de distribuição a uma estrutura de condições intersubjectivas de “reconhecimento”, como são propostos por Iris Marion Young, por Charles Taylor ou por Axel Honneth.

Taylor, por exemplo, argumenta em defesa de um modelo dialógico da justificação baseado no reconhecimento da distintividade das identidades colectivas, chamando-lhe uma “política da diferença” para o distinguir do modelo liberal dominante que designa por “política de dignidade igual”. Nas suas palavras: “o não-reconhecimento pode ser prejudicial, pois é uma forma de opressão que aprisiona o indivíduo num modo-de-ser falso e distorcido” (Taylor e Gutmann, 1994:25). Da mesma forma, para Axel Honneth o desrespeito pela identidade “deve ser considerado uma

injustiça não só porque priva pessoas da sua liberdade de acção ou as humilha, mas também porque interfere negativamente na compreensão que as pessoas têm de si próprias – uma compreensão que é adquirida por meios intersubjectivos” (Honneth, 1992: 189). Estes autores não abandonam o modelo deliberativo ou o modelo de espaço público. Na verdade, em ambos a comunicação ocorre sempre dentro de uma comunidade linguística e é ela que estrutura, de algum modo, o reconhecimento: este deve ser compreendido não como fenómeno psicológico pré ou extralinguístico, mas como uma questão constituída a partir do uso e do entendimento intersubjectivo da linguagem e do significado. É, no entanto, um modelo de articulação da dimensão política das identidades que ocupa apenas um dos pólos da dicotomia entre o que Nancy Fraser chama os proponentes da “redistribuição” e os proponentes do “reconhecimento”. Os primeiros herdaram as longas tradições igualitárias, laborais e socialistas, que se têm centrado na distribuição de recursos e bens; os segundos são defensores de uma nova visão mais “amiga” das identidades (*difference friendly*) que procura contrariar a assimilação a uma maioria e às respectivas normas culturais; procuram igualmente distribuir a riqueza entre pobres e ricos, norte e sul, proprietários e assalariados. Os segundos procuram o reconhecimento de diferentes minorias raciais, étnicas e sexuais, a partir do pressuposto intersubjectivista de que a identidade individual apenas se pode formar através das relações sociais de reconhecimento.

Para Fraser, há tensões e ligações que persistem entre uma política orientada para a troca cultural e uma política orientada para a mudança económica, que nos leva a repensar os limites práticos das “políticas de identidade” articulados na bipolarização acima referida, da mesma forma que se torna necessário abandonar tanto as atitudes faces aos problemas identitários que procuram soluções afirmati-

vas (aquelas que propõem revalorizar as identidades de grupo injustamente desvalorizadas, mas que, na opinião de Fraser, “deixam intacto tanto o conteúdo dessas identidades como as diferenciações de grupo que lhes estão subjacentes”), como as atitudes transformativas, mais associadas à desconstrução e, ao procurarem desestabilizar as identidades de grupo existentes para poderem devolver a estima aos grupos em desvantagem acabam por “desestabilizar o sentido de si de toda a gente” (Fraser, 1997: 24).

O problema – em Young, mas também em Honneth e em Taylor - está no facto de este tipo de resposta à opressão não se integrar devidamente com a face ‘político-económica’ da mesma, formando assim uma estrutura bipartida dos elementos culturais e político-económicos da opressão. Por isso Nancy Fraser insiste em chamar a atenção para os perigos de reduzir os problemas de distribuição a uma estrutura de condições intersubjectivas de reconhecimento ou de manter os problemas de distribuição “cegos” às questões da diferença.

É preciso repensar o reconhecimento fora de uma explicação da formação de identidade subjectivista, que enfatiza a estrutura psíquica relativamente às instituições sociais e à interacção social e que, sobretudo, coloca a identidade de grupo como o objecto de reconhecimento. Assim, muitas destas teorias acabam por produzir uma cultura auto-afirmativa própria e em grande medida separatista, colocando mesmo uma certa pressão sobre os seus membros a conformarem-se a uma identidade de grupo, isto, emprestando-se muito facilmente a formas repressivas de comunitarismo.

Precisamos, na opinião de Fraser, de uma teoria *bifocal*: atenta simultaneamente às injustiças que têm as suas raízes nas estruturas de classe da economia política bem como nas raízes das hierarquias de status, sem que uma seja reduzida à outra.

Assim, afastando-se do reconhecimento como uma questão de ética, de “vida boa”, de auto-realização, como na proposta por Taylor e Honneth, para Fraser, “o não-reconhecimento é errado porque constitui uma forma de subordinação institucionalizada – e portanto uma séria violação da justiça” (Fraser, 2001: 26). Isto permite, simultaneamente, desenvolver uma alternativa ao “modelo standard de ‘identidade’” no qual “o que exige reconhecimento é uma identidade específica de grupo” (Fraser, 2001: 23), e em que o não-reconhecimento constrói uma “identidade danificada”. O problema deste tipo de reconhecimento, para Fraser, é que, ao apontar para a identidade de *grupo*, impõe uma identidade grupal simplista e que não tem em conta a multiplicidade das afiliações e complexidade da vida dos sujeitos que nele se incluem, para além de reificar a cultura, acabado por promover o separatismo. Fraser propõe, pois, “tratar o reconhecimento como uma questão de status social” (Fraser, 2001: 24) através de um “modelo de reconhecimento baseado no status” no qual o não reconhecimento não significa desprezo ou deformação da identidade, mas uma subordinação social traduzida na incapacidade de participar como igual na vida social. Este modelo permite, assim, analisar as distinções entre grupos resultantes de relações sociais institucionalizadas de subordinação económica, política ou cultural e projectar-se numa acção política que procura ultrapassar a subordinação. Assim, sem rejeitar simplesmente o modelo do reconhecimento, Fraser propõe um modelo de status que tem, no seu entender, fortes vantagens: “Ao compreender o reconhecimento como uma questão de status e ao examinar a sua relação com a classe económica, podemos dar os passos para mitigar, se não resolver, o deslocamento das lutas pela redistribuição; e ao evitar o modelo de identidade, podemos começar a diminuir, se não totalmente afastar a perigosa tendência a reificar as identidades colectivas” (Fraser, 2000: 120).

Por outro lado, este é o modelo que melhor permite concentrarmo-nos na questão da paridade participativa em termos de duas grandes condições necessárias para a justiça. Nas palavras de autora: “A justiça exige dispositivos sociais que permitem que todos os membros (adultos) da sociedade interajam uns com os outros como pares. Defendo que para que a paridade participativa seja possível, pelo menos duas condições estejam satisfeitas. Primeiro, a distribuição de recursos materiais deve permitir a independência e a “voz” dos participantes (...). A segunda condição exige que os esquemas institucionalizados de valor cultural expressem uma oportunidade igual para alcançar a estima social” (Fraser e Honneth, 2003: 36.). É esta mesma paridade participativa que “serve de idioma de contestação pública e de deliberação sobre questões de justiça. Mais fortemente, representa *o princípio do idioma de razão pública*, a linguagem preferida para conduzir a argumentação política democrática em questões tanto de distribuição como de reconhecimento” (Fraser e Honneth, 2003: 43, ênfase no original)

Young procura articular, juntamente com a ideia de diferença, uma determinada forma de opressão, a que Fraser chama ‘cultural’ e que “define a opressão como uma expressão e comunicação inibidas, enraizadas numa ausência de reconhecimento cultural” (Fraser, 1997: 193). O problema está em que este tipo de opressão não se integra, em Young, devidamente com a face ‘político-económica’ da mesma, formando assim uma estrutura bipartida dos elementos culturais e político-económicos da opressão. Esta estrutura passa igualmente para a sua concepção de grupo que “engloba (...) modelos de colectividade, como a etnicidade, que estão apenas enraizados na cultura e os modos de colectividade, e também os da classe, que estão enraizados na economia política” (Fraser, 1997: 195), sendo certo que ela parece privilegiar o grupo social com base na cultura, assimilando as colectividades étnicas as colectividades de

base muito diferente como as mulheres, os homossexuais, os idosos, os deficientes, etc.. No entanto, “classes, sexualidades subordinadas, géneros e castas racializadas subordinadas e grupos étnicos representam tipos conceptualmente distintos de colectividades. Nem todas elas são veículos adequados para as ‘políticas da diferença’” (Fraser, 1997: 202).

Num modelo de *status*, só há “não-reconhecimento” quando as instituições estruturam a interacção social de acordo com normas culturais que impedem a paridade da participação. Mas o problema está em que nem todas as disparidades de participação são injustas *per se*. É preciso, por um lado, que os pretendentes a políticas de redistribuição mostrem que as reformas económicas que advogam fornecerão as condições objectivas para uma plena participação e que elas não alimentarão condições de discriminação intra-grupo.

Os exemplos incluem as normas institucionalizadas que proíbem casamentos entre pessoas do mesmo sexo, as políticas que discriminam mães solteiras e as práticas policiais que sistematicamente criam perfis raciais na criminalidade. Nesses casos, há uma institucionalização dos valores culturais que constroem algumas categorias de actores sociais como normativos e outros como deficientes ou inferiores: hetero versus homossexual, mães de família versus mães solteiras, brancos que obedecem às leis versus negros que a infringem. Mas, aqui, o reconhecimento não é uma questão ética (assumindo que se trata de um problema de vida boa e de realização pessoal) que pode ser contrariado exactamente pela visão oposta.

A razão porque estas pessoas devem ser reconhecidas não pode ser porque as reconhecemos através de um critério ético relativamente às formas de vida por si escolhidas. Porque, se assim fosse, também teriam direito a reconhecimento, como direito a procurar uma forma de auto-re-

alização, as identidades racistas. O critério tem antes de ser de *justiça* assente numa base de paridade participativa e portanto também comunicacional. Trata-se, por exemplo, de desinstitucionalizar o casamento heterossexual na medida não em que achemos que essa é uma forma de vida com valor, mas porque que este comporta benefícios como os impostos, isto, é concedendo à estrutura normativa do casamento outra base - a da cidadania -, e não a base sexual. Dessa forma estariam criadas condições materiais para uma maior paridade participativa sem exacerbar outras diferenças.

4. *Conclusão*

A teoria democrática precisa de encontrar respostas à diversidade social sem abandonar o ideal de paridade democrática. O modelo deliberativo parece oferecer recursos valiosos para a inclusão democrática, mas tem suscitado algum cepticismo quanto à sua capacidade de reconhecer a diferença. A proposta de Iris Marion Young, por outro lado, constitui uma tentativa de negociar uma forma de democracia deliberativa modificada pela representação do grupo, mas para Nancy Fraser, Young centrou-se demasiado na linha horizontal da “diferença”, tendo ignorado as questões hierárquicas e as diferenças “verticais”, sendo necessário centrarmo-nos mais nas pré-condições materiais que permitirão à razão comunicativa ter um verdadeiro impacto sobre questões de justiça.

Comum a estas propostas é a convicção de que as lutas de identidade apenas possuem força de legitimação na medida em que todos os grupos possam ter acesso ao espaço público político para fazer ouvir a sua voz e articular as suas necessidades. Isso passa, naturalmente, por um lado pela sua representação, isto é, por assegurar as condições reais de uma utilização dos direitos formalmente iguais que

ofereçam uma verdadeira igualdade de oportunidades ao nível público, mas também por outras condições: por encontrar formas comunicativas que não se centrem exclusivamente na questão do argumento, por considerar a deliberação não apenas como o processo que visa o bem comum, mas como aquele que ajuda os participantes a clarificar os seus interesses.

Ao nível das diferenças entre os sexos, por exemplo, há muitos tipos de intervenção que podem ajudar à democratização das suas relações e várias formas como as políticas públicas podem contribuir para a mudança. Nenhuma delas, no entanto, pode impor a qualquer dos sexos formas preferenciais. Por isso, muito estará simplesmente na forma como articulam as suas necessidades (Phillips, 1991: 111).

É também nesta linha que Carol Gould propõe um princípio de justiça como liberdade positiva, mas, além disso, um claro aumento das oportunidades de participação. Ela conclui: “a maior esperança para a representação da diferença – tanto individual como de grupo – dentro de uma política democrática, é a expansão de oportunidades de participação numa diversidade de actividades comuns, seja nos discursos da esfera pública, nas instituições sociais, económicas ou, em menor escala, nas políticas que constituem o resto do domínio público. Nestes contextos, a diferença pode ser directamente expressa, reconhecida e tornada efectiva” (Gould, 1996: 185), o que dá a ver a prioridade da comunicação. Da mesma forma, secundamos Seyla Benhabib para quem uma defesa do debate público envolve “identificar as presentes relações sociais, estruturas de poder e grelhas socioculturais de comunicação e interpretação que limitam a identidade das partes no diálogo público e que estabelecem a agenda para o que é considerado adequado ou desadequado como questões de debate público e que santificam o discurso ou qualquer outra forma de discurso sobre os outros como a linguagem do público”

(Benhabib, 1989: 155-156). No entanto, como o trabalho de Marion Iris Young mostra, essa linguagem não pode ser apenas a do discurso puramente racional, o que implica saber integrar os discursos informais e a linguagem dos que têm menos recursos linguísticos, mas também dos que têm menos recursos sociais, económicos e políticos, nas estruturas de decisão, como defende Nancy Fraser.

Precisamos, portanto, de repensar o próprio espaço público para podemos pensar o lugar das minorias no seu seio, como seu constituinte. Como recorda Nancy Fraser, não há verdadeiramente nenhuma razão porque a igualdade social e a diversidade cultural não possam coexistir através de espaços públicos múltiplos: “as formações que contemplem a contestação entre a pluralidade de públicos concorrentes promovem melhor o ideal de paridade de participação do que um espaço público único, compreensivo, abrangente” (Fraser, 1992: 85)

Também o ideal de Iris Marion Young da sociedade civil inclui espaços públicos múltiplos, dentro dos quais os grupos articulam as suas ideias e interesses no contexto de uma só esfera pública no interior da qual estes públicos podem debater e influenciar-se mutuamente, exercendo influência sobre as acções do estado e sobre as instituições económicas (Young, 2000: 173).

Em qualquer caso, trata-se de uma recusa de nos ficarmos por uma base abstracta de crítica e procurar os requisitos pragmáticos para pensar a injustiça em torno das identidades através da comunicação no espaço público. A forma como este pode integrar os requisitos de articulação das diferenças encontra respostas diversas, mas trata-se, nos modelos analisados, de reafirmar a necessidade de tentarmos resolver as nossas disputas em arenas discursivas diferenciadas que, estabelecendo a prioridade da comunicação, sejam devidamente apoiadas por bases sociais, económicas e políticas que contrariem o acesso desigual aos

Democracia deliberativa e reconhecimento: repensat o...

recursos culturais e materiais por parte dos grupos minoritários que sofrem os efeitos de opressão e isolamento.

BIBLIOGRAFIA

Avritzer, Leonardo (1999), “Diálogo y Reflexividad: Acerca de la relación entre esfera

pública y medios de comunicación”, *Revista Metapolítica*, vol. 3. N° 9.

Benhabib, Seyla (1989), “Liberal Dialogue versus a critical Theory of Discursive Legitimacy” in Rosenblum Nancy L (ed.), *Liberalism and the Moral Life*, Cambridge, Harvard University Press.

_____ (1992), “Models of Public Space,” in Craig Calhoun (ed). *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge, MA: MIT Press, pp. 73-98

_____ (1996), “The Democratic Moment and the Problem of Difference,” in *Democracy and Difference: Contesting the Boundaries of the Political*, ed. Seyla Benhabib, Princeton: Princeton University Press.

Bohman, James (1997), “Deliberative Democracy and Effective Social Freedom: Capabilities, Resources, and Opportunities,” in James Bohman e William Rehg (eds), *Deliberative Democracy*, Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

Calhoun, Craig (ed) (1994), *Social Theory and the Politics of Identity*, Cambridge, Blackwell.

Cohen, Joshua (1989), “Deliberation and Democratic Legitimacy”, in Hamlin, A. & Pettit, P. (éds), *The Good Polity. Normative Analysis of the State*, Oxford, B. Blackwell, 1989, pp. 17-34.

Dryzek, John S. (2000), *Deliberative democracy and beyond. Liberals, critics, contestations*. Oxford, Oxford University Press.

Fraser, Nancy (1992), “Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy”, in Calhoun, C., (ed) *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge, Blackwell.

_____ (1997), "Culture, political economy and Difference: on Iris Young's Justice and the politics of difference" in *Justice Interruptus: Critical Reflections on the 'Postsocialist' Condition* London, Routledge, pp. 189-205

_____ (2000), "Rethinking Recognition," *New Left Review*, 3: 107-120

_____ (2001), "Recognition without Ethics?", *Theory, Culture & Society* 18: 21 - 42

_____ (2003), "Social Justice in the Age of Identity Politics", in Nancy Fraser e Axel Honneth (eds), *Redistribution or Recognition? A Political-Philosophical Exchange*, Londres: Verso, pp. 7-109

Gould, Carol, (1996) "Diversity and Democracy: Representing Differences" in Seyla Benhabib, *Democracy and Difference: Contesting the Boundaries of the Political*, Princeton, Princeton University Press.

Habermas, Jürgen (1996a), *Between Facts and Norms: Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*, Cambridge, MIT Press.

_____ (1996b), "Three Normative Models of Democracy," in Benhabib, S (ed.), *Democracy and Difference*, Princeton: Princeton University Press.

_____ (1997), "Popular Sovereignty as Procedure," in James Bohman e William Rehg (eds.), *Deliberative Democracy*, Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

Honneth, Axel (1992), "Integrity and Disrespect: Principles of a Conception of Morality Based on the Theory of Recognition". *Political Theory*, vol. 20, n° 2, pp. 187-202.

_____ (1995), *The Struggle for Recognition*, Cambridge, MA: Polity Press.

Phillips, Anne (1991), *Engendering Democracy*, Cambridge, Polity Press.

Rawls, John (1997), "The Idea of Public Reason," in James Bohman e William Rehg (eds.), *Deliberative*

Democracy, Cambridge, Massachusetts: The MIT Press. *Uma teoria da Justiça*, Lisboa, Presença.

_____ (2000), “Regresso à Ideia de Razão Pública” in *A Lei dos Povos*, Coimbra, Quarteto.

Silveirinha, Maria João (2004), *Identidades, Media e Política*, Lisboa, Livros Horizonte, 2004

Squires, Judith C. (2001), “Representing groups, deconstructing identities”, *Feminist Theory*, 2: 7 - 27

Silva, Filipe Carreira (2004), “Democracia deliberativa: Avaliando os seus limites”, Comunicação apresentada no II Congresso da Associação Portuguesa de Ciência Política, Fundação Calouste Gulbenkian. Disponível em www.ces.fe.uc.pt/publicacoes/oficina/203/203.pdf

Taylor, Charles e Gutmann, Amy (1994), *Multiculturalism: Examining the Politics of Recognition*. Princeton, N.J., Princeton University Press.

Walzer, M. (1999), “Deliberation and What Else?” in Stephen Macedo (ed.), *Deliberative Politics: Essays on Democracy and Disagreement*, Nova Iorque: Oxford University Press, pp. 58-69.

Young, Iris Marion (1990), *Justice and the Politics of Difference*, Princeton: Princeton University Press.

_____ (1996), ‘Communication and the Other: Beyond Deliberative Democracy’, in S. Benhabib, ed., *Democracy and Difference*, Princeton, Princeton University Press, pp. 120-35

_____ (1997), *Intersecting Voices. Dilemmas of Gender, Political Philosophy, and Policy*, Princeton, Princeton University Press.

_____ (2000), *Inclusion and Democracy*, Oxford: Oxford University Press.

Zurn, Christopher F. (2003), “Identity or Status? Struggles over ‘Recognition’ in Fraser, Honneth, and Taylor”, *Constellations* 10 (4), 519-537

O TRIÂNGULO BLOQUEADO: MEDIA, POLÍTICA E CIDADÃOS NA DEMOCRACIA LOCAL

José Ricardo Carvalheiro*

Resumo: Nas zonas periféricas de Portugal, os *media* existem num quadro socio-cultural muito diferente do das democracias mais consolidadas, contexto em que emergiu a teoria democrática e o conceito de espaço público. Este artigo aborda a comunicação política na Beira interior através de um duplo enfoque que consiste na análise dos *media* locais e das suas apropriações pelos cidadãos. Enquanto a paisagem informativa se caracteriza pela alta frequência em que é dada voz ao poder e pela ausência de responsabilização política, a sociedade civil revela falta de autonomia para usar o espaço público e mantém-se presa na teia do estado local. A periferia portuguesa distingue-se, portanto, dos contextos de política altamente mediatizada, dado que nela a capacidade de afectar as decisões políticas não passa principalmente pela mediatização.

Palavras-chave: Comunicação política; Sistema democrático; Poder e vigilância; Espaço público; *Media* locais; Periferia; Beira interior.

Abstract: Local *media* in Portuguese periphery breathe quite a different sociological atmosphere from those existing in the oldest democracies, where the notion of public sphere arose. This article examines political communication in the region of *Beira interior*, taking a twofold analysis of local news and of citizens appropriation of the *media*. Journalism

* - LABCOM - UBI. Universidade da Beira Interior. Bolseiro da FCT.

makes headlines from the voice of power without asking for political responsibilities, while civil society shows lack of autonomy regarding local state and doesn't risk critical or independent uses of the public sphere. In opposition to today's contexts of 'informational politics', in Portuguese periphery the ability to influence policies doesn't work significantly through the *media*.

Key-words: Political communication; Democracy; Power and control; Public sphere; Local *media*; Periphery; Region of Beira interior

A teoria e as instituições democráticas são aplicadas em contextos muito distintos – perante diferentes níveis territoriais, códigos culturais ou recursos socio-económicos – e em todos eles os *media* são vistos como instrumentos indispensáveis ao controlo do poder, premissa que Karl Popper definiu como a matriz básica da democracia política.

A verdade é que o sistema democrático moderno é um produto histórico idealizado em contextos de grande escala, sob o domínio da institucionalidade burocrática e das relações impessoais do mundo urbano, com a participação activa das organizações formais de interesses e com a hegemonia do direito legal. É nas mesmas circunstâncias que os *media* tomam o centro do sistema de comunicação política. Tal não é exclusivo das democracias, mas assume nelas um carácter especial, dada a legitimação do poder democrático assentar na visibilidade e na partilha das decisões. Como escreve Norberto Bobbio, há várias maneiras de definir a democracia, mas nenhuma deixa de incluir a transparência do poder (Bobbio, 1984: 11).

Portugal é um caso de adopção das regras democráticas por contágio e num quadro socio-cultural específico que, sobretudo nas periferias, é muito divergente do que se verifica no coração das democracias mais consolidadas. Importa interrogar como é que, por detrás da formalidade institucional,

se passam as coisas no ‘país profundo’, onde o poder estatal é definido como labiríntico e permeável às relações pessoais (Ruivo, 1991) e onde a sociedade, com matriz rural, população dispersa, economia débil e pouco escolarizada, se organiza sob redes informais de compromisso e entreajuda (Santos, 1994) e é composta por uma maioria de cidadãos com baixas aspirações e com tardia e deficiente interiorização dos direitos democráticos (Cabral, 1997: 10, 91).

É sabido que as mesmas regras em contextos diversos produzem resultados diferentes. Mas não se trata aqui de relativizar o sistema democrático e a sua articulação com os *media*, sugerindo que perante certas idiosincrasias são possíveis formas políticas alternativas mas não menos legítimas. Pelo contrário, o que se procura é identificar onde as coisas não correm de acordo com o espírito democrático, perguntar porquê e reflectir sobre as vias para melhorar a democracia.

1. Os media e o ideal democrático

Desde o século XIX, que a ideia de democracia implica o conceito de comunicação entre Estado e sociedade, vista por Durkheim como necessária à coesão do corpo social (Fernandes, 1988: 107, 112). Outras concepções mais conflituais da sociedade desenvolvem, no quadro de comunicação de massas do século XX, duas linhas de implicação política: uma que vê nos *media* um campo potencial de pluralismo que é virtuoso para o funcionamento da democracia; outra que denuncia os riscos de manipulação ideológica sobre os indivíduos massificados (Maigret, 2003: 44). O conceito de esfera pública, lançado por Habermas, presta-se a acolher as duas perspectivas, já que é entendido como espaço ideal de discussão e vigilância do poder, mas tenta responder a uma suposta perversão desse papel à medida que os próprios *media* se tornam manipuláveis (Habermas, 1984).

Isto significa que, quer na tradição liberal, quer nas correntes mais críticas sobre o funcionamento do sistema democrático, se sedimentou a ideia de liberdade de informação e de expressão como instrumento indispensável da vigilância dos cidadãos sobre o poder. É evidente que a crença na virtude da informação livre é mais profunda do lado liberal, porque se ajusta à institucionalidade da democracia representativa. Assim, os *media* devem ser um dos mecanismos de escrutínio dos representantes políticos, colocando no domínio público tudo o que cabe na relação entre a sociedade e o Estado. Ou seja, contrabalançando o potencial opressor dos estados através da desocultação e da publicitação em nome do interesse público, de modo a capacitar o cidadão para avaliar e decidir (Rheingold, 1993; McQuail, 1994).

Do lado das correntes críticas, cuja inspiração é marxista, a tendência é para descrever a capacidade efectiva do espaço público mediático para vigiar o poder num contexto de grandes desigualdades socio-culturais (Kellner, 1990: 185, 188), ao mesmo tempo que as propostas para uma democracia mais participativa se arriscam a relativizar a importância da fiscalização pública dos representantes políticos.

Penso que na relação triangular entre os *media*, os políticos e os cidadãos não se deve subestimar nenhum dos dois pilares do sistema democrático, o da representação e o da participação, ou seja os instrumentos da democracia representativa e os da democracia directa que, como diz Bobbio, não são sistemas alternativos mas mecanismos que se combinam (Bobbio, 1984: 69).

Tem sido o menosprezo pela ideia de participação a legitimar, de certo modo, o “fluxo vertical” da comunicação política que, actuando em sentido único descendente, converte os cidadãos em meros consumidores de informação e suscita críticas ao funcionamento da comunicação de massas (McQuail, 2003: 136). Como é amplamente notado, o ideal

democrático requer não apenas um público informado, mas também que o debate dos assuntos de importância pública seja aberto a uma pluralidade de vozes e perspectivas (Kellner, 1990; Curran, 1991; Hamelink, 1994). Deste ponto de vista, a deliberação política deve incluir formas de debate e reflexão alargadas e transparentes no espaço público mediático. A meu ver, o campo da comunicação é exactamente onde não se deve menosprezar a vertente participativa da democracia, uma vez que os *media* constituem hoje a instância de maior participação possível no debate político.

O funcionamento do sistema de comunicação política nas democracias mais sólidas tem sido ultimamente sujeito a críticas que apontam défices ou perversões resultantes, sobretudo, de novas lógicas de articulação entre as esferas política e mediática. Sendo o espaço mediático visto como o único que é actualmente relevante na comunicação política, condenando o que fica de fora à marginalidade, os *media* tornam-se capazes de negar a autonomia do sistema político e impor-lhe as suas lógicas (Castells, 1997: 312). Estas críticas estão maioritariamente ligadas com o pendor comercial dos *media*, visto como capaz de alterar as próprias características do jornalismo no sentido da ‘leveza’ noticiosa e de provocar um decréscimo da informação sobre políticas públicas (Patterson, 2003: 23).

Se o que não tem visibilidade mediática pode ser ignorado politicamente, como diz Patrick Champagne,¹ o inverso também será verdadeiro, sendo os assuntos mediatizados dificilmente ignoráveis pela política, o que dá aos cidadãos acrescida capacidade de influenciar a agenda pública se explorarem a lógica de dramatização dos *media*.

¹ - Entrevista concedida ao jornal Público, edição de 22/11/2004, sob o título de “Concentração de títulos pelo mesmo grupos pode ser perigosíssima” (pp. 44-45).

É claro, no caso português, que a década de 1990 ficou marcada pela desinstitucionalização do espaço noticioso (Lopes, 1999), mas parece-me abusivo considerar essa tendência como democratização, na medida em que está mais ligada à espectacularização da vida quotidiana do que aos processos de deliberação colectiva. Com poucas excepções, a participação em assuntos de cariz político no espaço mediático continuam a implicar a representação formal de interesses, a pertença a elites socio-culturais ou a legitimidade do saber especializado.²

Julgo que Portugal apanha as perversões da lógica mediática – que explodem com o nascimento das televisões privadas – sem ter alcançado alguns mecanismos tradicionais do vigor democrático – como as organizações de cidadãos que penetram o debate e a negociação política –, o que resulta no acumular de ‘velhos’ e ‘novos’ problemas.

Em todo este quadro, vejo a questão do espaço público democrático como assente num triângulo em que os *media*, os políticos e os cidadãos constituem os vértices, todos eles relacionando-se entre si e com ligações em ambos os sentidos. Dado que possuem hoje uma institucionalidade própria, não encaro os *media* como instância de mediação entre cidadãos e políticos, porque vão muito além do papel de filtro, ou mesmo de produtor de informações, para se tornarem em actores cuja presença e características têm implicações na própria configuração dos vértices da política e da cidadania.

Afasta-se, assim, também, uma concepção ingénua da comunicação democrática e do espaço público como via para a desocultação da verdade. Toda a realidade noticiosa é uma construção (Schudson, 1997) e a configuração das próprias

² - Podem apontar-se como excepções alguns espaços radiofónicos centrados na participação activa dos ‘ouvintes’, como acontece na Antena 1 e na TSF, e o espaço que a imprensa dedica a cartas dos leitores.

relações sociais e políticas não corresponde a essências preexistentes ao campo da comunicação, mas resulta também dos processos de definição simbólica no espaço mediático (Curran, 1991).

2. Do lado da produção: a informação política local

A Beira interior é uma região periférica do estado português, onde os principais núcleos urbanos não excedem 30 mil habitantes. Os *media* locais, imprensa e rádio, são predominantemente controlados por grupos regionais ou outras organizações em que a lógica comercial está muito longe de assumir o peso preponderante que tem em instituições mediáticas de outros contextos. Dioceses e associações de carácter cooperativo são os casos mais evidentes de organizações promotoras de órgãos de comunicação em que o aspecto mercantil não é o móbil último de actuação. Já na corrente década deu-se a entrada de grupos empresariais regionais ou nacionais em alguns jornais, mas tal não operou uma reconfiguração significativa do panorama geral. A relação dos *media* com o poder político continua a não se reger principalmente por princípios económicos, relevando de fortes nexos sociais e culturais.

A análise que se fez a um conjunto de jornais semanários e rádios locais inseriu-se num estudo de carácter geral (Carvalho, 2000), mais preocupado em captar o sentido da paisagem informativa regional e os seus impactos no funcionamento do triângulo democrático do que em observar a especificidade de qualquer sector dos *media*, pelo que envolveu órgãos com diversos enquadramentos institucionais. Neste artigo foca-se a atenção na informação política, definida como o conjunto de notícias que abordam directamente o poder local, o poder central e os partidos. Tendo em mente o vector da participação democrática, dá-se conta, também, da informação que envolve cidadãos e organiza-

ções da sociedade civil em temas de cariz político. O material analisado é constituído por um corpo de 244 notícias de primeira página e de noticiários radiofónicos, complementado com 75 artigos sobre as organizações da sociedade civil, com cartas de leitores e com o estudo de cinco casos de protesto colectivo.³

O período estudado inclui uma digressão do então primeiro-ministro António Guterres pela Beira interior, o que introduz uma politização fora do comum no noticiário de uma das edições semanais da imprensa. As restantes edições observadas podem ser consideradas como de rotina política.

Um dos primeiros dados a sobressair da análise é a presença dominante da informação sobre a esfera política. Tanto no aspecto quantitativo, em que representa cerca de 50% das notícias de primeira página e dos blocos informativos radiofónicos, como na primazia que assume no alinhamento noticioso, tomando em regra o primeiro plano da hierarquia jornalística através das manchetes e das notícias de abertura.

Na outra metade do espaço noticioso, que é maioritariamente um segundo plano, surgem as organizações da sociedade civil e os cidadãos. Com raras excepções, estas notícias dizem respeito a assuntos politicamente inócuos: eventos culturais ou desportivos, acidentes e dramas pessoais.

Existem, portanto, duas esferas noticiosas e o que é relevante é que só raramente elas se interpenetram. As notícias

³ - O estudo não saturou a totalidade dos órgãos locais, seleccionando três jornais (Jornal do Fundão, Notícias da Covilhã e Gazeta do Interior) e duas rádios (Rádio Cova da Beira e Rádio Jornal do Fundão). A imprensa foi analisada durante seis semanas divididas em dois períodos, Dezembro de 1998 e Março de 1999, e as rádios ao longo de uma semana, em Dezembro de 1998. As cartas de leitores foram publicadas no Jornal do Fundão, semanário regional de maior tiragem, entre Maio e Outubro de 1998.

tratam separadamente ou das instituições estatais e políticas ou de cidadãos e de organizações civis.

Pode concluir-se que nos *media* locais os temas políticos estão a exclusivo cargo do poder e dos partidos e que não há debate de assuntos em que participem simultaneamente os políticos e a sociedade civil.

Por outro lado, são muito raras as intervenções da sociedade civil a interpelar o poder político no espaço mediático. Nos poucos casos em que há organizações envolvidas em questões políticas, o interlocutor ou destinatário é o poder central e não o poder local. E não existe um só caso em que o poder informe ou responda através dos *media* a inquietações ou críticas de cidadãos ou de estruturas colectivas.

Esta disjunção entre poder e sociedade não pode ser atribuída, simplesmente, há ausência de organizações colectivas, dado que, embora no segundo plano informativo, elas têm uma presença assídua.⁴ Mas limitam-se a protagonizar notícias breves sobre questões internas e apolíticas ou, no caso minoritário das associações de desenvolvimento, cívicas ou socio-profissionais, as questões de interesse público tendem a surgir despolitizadas e sem ligação ao poder.

O único espaço de interpelação cidadã regular na imprensa são as cartas dos leitores, onde uma parcela significativa consiste em interrogações e críticas dirigidas ao poder local por cidadãos individuais. Note-se, porém, que 45% dos artigos com este teor não são assinados ou são escritos por residentes fora da região.

Por fim, a análise dos casos em que se desenvolveram formas colectivas de protesto na região indica que os grupos

⁴ - Total de notícias da imprensa sobre organizações colectivas: em 18 edições surgem 75 artigos e 57 associações. Predominam as associações culturais, recreativas e desportivas.

de protesto locais tendem a dar prioridade à relação directa com o poder político, embora não desprezem as oportunidades mediáticas. Tratou-se, também, de questões que ficaram sempre muito localizadas e em que o espaço mediático nunca funcionou como alargamento do debate público.

Deixemos agora a relação entre política e sociedade nos *media* e vejamos o que as notícias revelam sobre a relação entre o jornalismo e o poder local.

A maioria das citações dos autarcas surgem na sequência de acções organizadas pelo próprio poder político, como sessões públicas e conferências de imprensa, indicador de que os ritmos da agenda informativa obedecem aos tempos da política. Quando os autarcas respondem a questões por iniciativa jornalística, é maioritariamente para comentar decisões do poder central, em que pegam na bandeira da região e da defesa dos ‘nossos’ interesses.

Apesar de os presidentes de municípios serem os destacados protagonistas da informação local, não há, em mais de trezentas notícias, um único que seja inquirido por jornalistas sobre problemas da sua eventual responsabilidade ou questões desconfortáveis, indicador de que os temas da agenda informativa são conformes com os desígnios do poder.

A iniciativa dos jornalistas em inquirir responsabilidades é mais dirigida aos órgãos burocráticos do Estado. Nas poucas vezes em que os jornalistas procuram responsabilidades do poder municipal, os interlocutores são vereadores. Em todo o caso, não se trata de questões levantadas por investigação jornalística, mas sim de situações públicas em que os *media* interpretam as perguntas de um sector da sociedade ou de opositores políticos.

A capacidade dos *media* questionarem o poder parece, assim, descer à medida que se sobe na hierarquia política, donde resulta o paradoxo de os maiores protagonistas da informação local serem os menos confrontados com responsabilidades.

O discurso jornalístico que predomina nas notícias dá coerência ao discurso do poder ou funciona, mesmo, como correia de transmissão. Ainda assim, a publicação regular de respostas de autarcas a artigos de jornal indica uma pressão para que os jornalistas conformem o seu discurso. Embora nos jornais haja algum zelo pelo interesse público, a denúncia de lacunas ou contradições do poder é maioritariamente dirigida à administração central.

Assim, a realidade dada pelas primeiras páginas da imprensa é constituída sobretudo por obras e projectos, frequentemente anunciados e raramente atrasados, falando-se muito de desenvolvimento, mas pouco de emprego e de desigualdades e surgindo escassas perspectivas críticas.

A paisagem informativa caracteriza-se, pois, pela alta frequência em que é dada voz ao poder sem que seja para dar conta de responsabilidades ou para responder em situações problemáticas. Na informação política local reina a ausência de pluralidade e uma grande paz política, que só é quebrada quando emerge o confronto partidário.

3. Do lado dos consumos: as práticas do público face à informação política

A análise dos textos noticiosos é reveladora das tendências da produção mediática, mas o funcionamento do jogo democrático requer dados sobre o lado do consumo. Um conjunto de entrevistas realizadas na Covilhã, núcleo urbano fortemente proletarizado mas sob processo de terciarização e recomposição socio-económica, permitiu recolher indicadores sobre as práticas e as atitudes do público face à informação e às instituições políticas em geral.⁵

⁵ - Foram realizadas 24 entrevistas, com carácter semi-estuturado, durante o ano de 1999 e a população inquirida, residente na Covilhã, foi estratificada por escalão etário, sexo e classe social.

Os *media* locais constituem um espaço noticioso cujo consumo está transversalmente distribuído pela estrutura social e configuram um acréscimo de oportunidades de discurso para o cidadão periférico, embora num plano subalterno do fluxo mediático. Não se pode, por isso, menosprezar o potencial democrático destes órgãos de comunicação, cuja proximidade torna mais provável a possibilidade de propor temas às redacções e de participar no espaço público, ao mesmo tempo que inclui informação excluída do restante espaço mediático.

Mas na prática, como se viu, a informação política local funciona maciçamente num só sentido, correspondendo ao modelo de democracia representativa mas com baixa fiscalização dos representantes. Em que é que tal modelo de comunicação se traduz junto do público local?

Os dados recolhidos sugerem que os eleitores recorrem prioritariamente a informação não mediática para fazer o julgamento dos políticos locais e para decidir o sentido de voto. O facto das notícias de política local serem conformistas com as instituições e o poder parece resultar, para os cidadãos, em informação que pouco acrescenta ao que pode ser directamente observável, o que limitará a avaliação dos representantes através dos *media*. Pelo contrário, a pequena escala do local favorece o acesso a informações de carácter pessoal, a circulação face-a-face de aspectos não ditos nos *media* e até as relações directas com círculos políticos.

Os dados sobre as atitudes políticas em geral indicam, ainda, que não existe uma correlação linear entre os consumos de informação e as práticas de cidadania, designadamente o participação eleitoral e o associativismo. Entre os votantes mais assíduos e os mais activos civicamente encontramos pequenos consumidores de informação política, mostrando que o sistema democrático incorpora cidadãos com vários graus de exposição informativa, incluindo os que praticam o alheamento.

Também a ideia de que o espaço mediático local é acessível à participação dos cidadãos interessados é geral entre o público, mesmo entre os que, por desmobilização cívica, nem sequer imaginam a possibilidade da sua intervenção.

Só uma minoria de cidadãos, que se encontra entre os mais escolarizados e que coincide com os indivíduos mais confiantes no sistema político, concebe o espaço mediático local como um meio de participar nos destinos colectivos, numa lógica que remete para a ideia de opinião pública. Mas trata-se de uma convicção cívica em abstracto que, por regra, não tem correspondência em intervenções concretas no espaço público.

A concepção que as classes populares têm do espaço mediático não é, por sua vez, a de um lugar de transparência pública e de debate colectivo. Em muitos casos, os *media* são encarados como instâncias de liberdade condicionada por vários poderes e por uma teia de relações. É sintomático que os jornais e rádios locais sejam concebidos por alguns proletários como forma de aproximação ao Estado, e que essa aproximação seja imaginada, não num modelo de participação democrática, mas numa relação de dependência e favor. Trata-se de conceber os *media* como instâncias de participação atípicas em relação ao modelo de espaço público de deliberação democrática.

A escassa focagem da esfera laboral nos *media* locais contribui, ainda mais, para refrear a capacidade de politização dos proletários. Existem, aliás, significativos desajustamentos entre a realidade construída pelos *media* e as experiências imediatas dos cidadãos. Os principais assuntos apontados pelos indivíduos – a falta de emprego e as desigualdades económicas – não coincidem com os temas privilegiados pelos *media* – a acção municipal e a rotina político-partidária. A paisagem informativa local está mais próxima da perspectiva das classes médias, cuja principal preocupação consiste no ‘desenvolvimento regional’.

Deste quadro, depreende-se que a efectiva implantação que os *media* locais têm, sobretudo a imprensa, deve-se pouco à informação política e mais a outro tipo de notícias e informações que o público privilegia.

4. A força do bloqueio à comunicação democrática

Os dados apresentados dizem-nos que, no espaço público local da Beira interior, o triângulo ideal do sistema democrático não funciona. Onde os fluxos deviam circular entre os três vértices e em duplo sentido, acontece uma comunicação política com profundos bloqueios e desequilíbrios.

Os *media* amplificam a informação emanada do poder, mas não produzem regularmente um fluxo de iniciativa própria com capacidade de agendamento sobre a esfera política. A sociedade civil não produz mensagens políticas para os *media* e recebe pouca informação política significativa desses mesmos *media*. A sociedade civil não envia, portanto, ao poder informação de carácter político pelo espaço público. Assim, a esfera política impõe as suas mensagens e não recebe estímulos públicos dos *media* nem da sociedade.

O cenário traduz-se, a meu ver, na acumulação de três défices. (a) Falta de transparência, manifesta no facto de os *media* não iluminarem os processos de decisão política. (b) Falta de autonomia da sociedade civil, evidenciada pela pouca capacidade dos cidadãos para usarem os *media* como seu espaço público. (c) Baixa relevância dos *media* na avaliação que os cidadãos fazem dos políticos.

As causas do bloqueio só são compreensíveis apelando a aspectos aparentemente a montante dos *media* e da sua utilização pelos cidadãos, mas que, na realidade, constituem o seu cerne e enformam o espaço público mediático. Essas causas têm a ver com as formas dominantes de organização social e política.

Passo a abordar cada um dos défices.

(a) A falta de transparência sobre a acção do poder é o que caracteriza a relação entre a política e os *media*. Isto não impede que haja boas gestões autárquicas. O que significa é que os representantes políticos actuam sem controlo e responsabilização públicas através dos *media*. Prevalece a opacidade das decisões políticas, dado que abunda a informação sobre factos consumados e não existe deliberação pública apoiada no espaço mediático.

Existem várias explicações para a relação entre a política e os *media* ser comandada pelo pólo político. A primeira é o controlo dos *media* por membros das elites locais, o que dado o carácter enredado das relações sociais a nível local, inibe a avaliação crítica de uma série de actores e instituições que pertencem aos mesmos círculos sociais e políticos. A segunda explicação tem a ver com os mecanismos de pressão ao dispor do poder político sobre jornalistas e empresas de comunicação. Estes mecanismos são múltiplos e de diversas naturezas.

Num contexto onde o Estado é proeminente e os jornalistas têm nos protagonistas políticos as fontes privilegiadas de informação, o poder revela capacidade para desenhar compromissos que mantêm os *media* na sua dependência. Assim, o poder político tira proveito da competição entre profissionais e órgãos de informação, premiando com notícias exclusivas aqueles produzem informação mais favorável. Perante a informação que lhe é desconforme, castiga os jornalistas através do boicote informativo e os órgãos de comunicação pelo corte publicitário, arma poderosa junto dos *media* com orientações empresariais, dado a debilidade do tecido económico regional fazer da publicidade institucional uma fonte principal de receitas.

Estes mecanismos funcionam devido à escassez de fontes alternativas de informação política, incluindo políticos capazes de proporcionar dados reveladores sobre outros

políticos (que é a base mais frequente do jornalismo de investigação). Mas a teia em que o poder mantém mais ou menos condicionado o jornalismo local também deve muito às conjunturas profissionais e às atitudes culturais.

Os profissionais da informação desenvolvem o seu trabalho em redacções com um número médio de quatro jornalistas, com salários que incentivam a procurar alternativas de emprego e, por isso, com uma rotação de pessoal relativamente elevada. Como o papel de jornalista requer tempo para a aprendizagem técnica e deontológica, o poder político beneficia de ter perante si um continuamente renovado lote de profissionais pouco experientes.

O quadro cultural mantém representações pré-democráticas do poder, atribuindo-lhe uma legitimidade especial de per si e incentivando atitudes de reverência. O jornalismo não é imune a este clima, encarando o poder político como a realidade social mais legítima e prioritária. Com frequência, a prioridade noticiosa da realidade política nem está dependente da substância dos factos, mas apenas da importância dos actores. A imaginação jornalística mostra dificuldade em captar realidades alternativas, mas quando o faz e menospreza a agenda do poder sofre pressões imediatas para regressar à conformidade.

Como corolário, a relação social entre *media* e poder político na periferia portuguesa é abissalmente distinta da “informational politics” (Castells, 1997: 375), conceito usado para referir a capacidade dos *media* condicionarem a política através da imposição de ritmos próprios, apresentação de sondagens e promoção ou liquidação de protagonistas. Pelo contrário, na Beira interior são os políticos a deter forte capacidade de condicionar a acção mediática e impor-lhe as suas regras, chegando, em alguns casos, a ter condições para pressionar o afastamento de jornalistas.

Neste cenário adverso ao jornalismo vigilante, em que toda a capacidade crítica encontra terreno verdadeiramente

minado, é muito difícil aos jornalistas carregarem sozinhos a responsabilidade de assegurar a democraticidade do espaço público. Esta dificuldade convoca o segundo dos défices existentes no triângulo democrático.

(b) A falta de autonomia da sociedade civil é o que caracteriza a relação entre política e cidadãos no espaço público. A intervenção política dos cidadãos é muito frágil e concentra-se em alguma reclamação individual, o que se insere numa tendência geral emergente na sociedade portuguesa pós-1974 (Benavente et al., 1997). Mesmo esta tende, porém, a surgir apenas em espaços mediáticos de reduzido impacto e inclui condicionamentos como o anonimato.

Para este apagamento civil há razões de fundo que residem na dificuldade de pronúnciação de parte da população, que passa pela falta de competências culturais e por uma profunda incapacidade de politizar problemas sociais, a que se juntam baixas expectativas socio-económicas.

Outra ordem de razões para a escassa utilização cívica do espaço mediático reside na forma da política local exercer o seu poder. A periferia portuguesa volta a distinguir-se dos contextos de política altamente mediatizada, dado que nela a capacidade de afectar as decisões políticas não passa principalmente pela mediatização. Os mecanismos de negociação mais eficazes com o poder local situam-se fora do contrato social, ou seja, na relação particular e clientelar. O que ajuda a explicar a escassa relevância com que alguns cidadãos encaram a acção mediática em questões colectivas locais.

Também a este nível, o poder dispõe de mecanismos que convidam os sectores críticos da sociedade civil ao auto-silenciamento. Dado que num quadro socio-económico deprimido o longo braço autárquico faz chegar a quase todo o lado a sua dependência, tanto cidadãos como organizações interiorizaram a ideia de que desagradar ao poder implica

a possibilidade de retaliação, preferindo prosseguir os seus interesses com abordagens nos bastidores.

Recentemente, Villaverde Cabral afirmava que o sistema político português está anquilosado por desajustamento em relação às transformações sociais e que, neste quadro, os cidadãos podem hoje exprimir-se livremente mas isso não tem efeito nenhum.⁶ Na democracia local periférica, porém, a liberdade de expressão dos cidadãos enfrenta o efeito plausível de causar prejuízo aos próprios. É recorrente os jornalistas na Beira interior serem abordados por cidadãos que desejam ver situações denunciadas, mas que não querem assumi-lo publicamente.

Isto acontece porque também existe um quadro de baixa cultura democrática por parte dos cidadãos, o que se torna flagrante na tolerância existente face ao clientelismo e até na benevolência perante suspeitas de nepotismo por parte do poder.

A fragilidade democrática do espaço público mediático não pode ser vista, portanto, como consequência exclusiva das concepções e estratégias dos órgãos de informação, mas sim como resultado de um quadro de organização social em que participam os políticos, os *media* e os cidadãos. É difícil existir uma comunicação democrática densa quando a acção política tem capacidade de limitar o que não seja informação vertical descendente.

(c) A baixa relevância mútua, da informação política para os cidadãos e dos cidadãos para a informação política, que caracteriza a relação entre os *media* e a sociedade civil, acaba por ser o corolário dos dois défices anteriores.

O pouco peso da informação política junto dos cidadãos resulta de um conjunto de factores que proporcionam às

⁶ - Declarações na edição de 4 de Dezembro de 2004 do noticiário televisivo Jornal 2, no segundo canal da RTP.

interacções face-a-face funcionarem como via principal da comunicação política.

A fraca presença da sociedade civil na informação política é favorecida, além das razões atrás apontadas, pela falta de organizações cívicas, o que, à luz do critério jornalístico que distingue interesse público e questões privadas, retira legitimidade de intervenção aos actores não investidos de responsabilidade colectiva.

O défice de comunicação política entre *media* e cidadãos acaba por se alimentar a si mesmo, dado que a realidade mediática, ao gravitar em volta do Estado e ao concentrar nele toda a expectativa de dinamização social, acaba por dar à sociedade civil estímulos em sentido contrário ao da autonomia cívica e por favorecer a sua auto-concepção de subalternidade política.

Conclusão

Na relação dinâmica e contingente entre política e comunicação, a conjuntura actual da Beira interior representa um caso em que o predomínio está do lado político. A meu ver o aspecto estruturante do espaço mediático, nesta circunstância, é a forma de dominação do Estado local sobre a sociedade, que é inibidora da vigilância e da cidadania activa.

Por um lado, a hegemonia do poder político é tão larga que consegue incluir os próprios *media* na sua rede de dependências e mecanismos coercivos e condicioná-los por essa via. Por outro lado, confirma-se a hipótese do espaço público ser débil em Portugal pelo facto das reivindicações ‘à luz do dia’ serem suplantadas pelas negociadas no interior do sistema político (Baganha, 1999: 194-5). Ao tirar partido das frágeis predisposições cívicas e das dependências de vastos sectores da sociedade para coagir a exposição pública das questões, o poder local transfere o essencial da política para as zonas de sombra à margem do espaço público.

Neste contexto, romper o bloqueio do triângulo democrático passa por enfrentar a força coerciva do poder político e por imaginar formas de democratizar o espaço público. A deontologia da vigilância pública só será possível com coesão do corpo jornalístico, apoio institucional forte dentro dos *media* e estratégias para captar o maior círculo de vozes disponíveis na sociedade para falar, o que não é fácil de alcançar sem o modelo de organização cívica colectiva e perante as redes de compromisso que têm convivido com a opacidade do poder.

BIBLIOGRAFIA

Baganha, M. I. (1999), Como distinguir entre mobilização e protesto?, *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 54: 193-6.

Benavente, A., Mendes, H. e Schmidt, L. (1997), Direitos dos cidadãos em Portugal: conhecimentos e opiniões, *Sociologia – Problemas e Práticas*, 24: 71-114.

Bourdieu, P. (1997), *Sobre a Televisão*, Oeiras: Celta.

Bobbio, N. (1984), *O Futuro da Democracia*, Lisboa: Dom Quixote.

Cabral, M. V. (1997), *Cidadania Política e Equidade Social em Portugal*, Oeiras: Celta.

Carvalho, R. (2000), *Média e Cidadania na periferia portuguesa: inclusões e exclusões – O caso da Beira Interior*, Universidade de Coimbra: Dissertação de Mestrado em Sociologia.

Castells, M. (1997), *The Rise of the Network Society – Vol. II: The Power of Identity*, Londres: Blackwell.

Curran, James (1991), Rethinking the media as a public sphere. In *Communication and Citizenship – Journalism and the Public Sphere*, ed. Peter Dahlgren e Colin Sparks, Londres: Routledge.

Entman, R. M. (1989), *Democracy without Citizens – Media and the Decay of American Politics*, Nova Iorque: Oxford University Press.

Fernandes, A. T. (1988), *Os Fenómenos Políticos – Sociologia do Poder*, Porto: Afrontamento.

Habermas, J. (1984), *Mudança Estrutural da Esfera Pública*, Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.

Hamelink, C. J. (1994), *The Politics of World Communication – A Human Rights Perspective*, Londres: Sage.

Kellner, D. (1990), *Television and the Crisis of Democracy*. Westview Press.

Lopes, F. (1999), *O Telejornal e o Serviço Público*, Lisboa: Minerva.

Maigret, E. (2003), *Sociologie de la communication et des média*, Paris: Armand Colin.

McQuail, Dennis, (1994), Mass Communication and the Public Interest: Towards Social Theory for Media Structure and Performance. In *Communications Theory Today*, ed. David Crowley e David Mitchell, Cambridge: Polity Press.

McQuail, D. (2003), *Teoria da Comunicação de Massas*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Patterson, T. E. (2003), Tendências do Jornalismo Contemporâneo – Estarão as notícias leves e o jornalismo crítico a enfraquecer a democracia, *Media & Jornalismo*, 2: 19-47.

Rheingold, H. (1993), *The Virtual Community*, Adison-Wesley Publishing Company.

Ruivo, F. (1991), Um Estado Labiríntico: a propósito das relações entre o poder central e o poder local em Portugal, *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 33: 189-200.

Santos, B. S. (1994), *Pela Mão de Alice: o Social e o Político na Pós-Modernidade*, Porto: Afrontamento.

Schudson, Michael. (1997), The Sociology of News Production. In *Social Meaning of News*, ed. Dan Berkowitz, Londres: Sage.

Zelizer, Barbie (1997), Journalists as Interpretive Communities. In *Social Meanings of News*, ed. Dan Berkowitz, Londres: Sage.

EL FORMATO DEL NOTICIARIO TELEVISIVO COMO DISCURSO DE REPRESENTACIÓN DE LAS IDENTIDADES

*Un análisis de caso: la representación de la
identidad de España y de lo español
en los noticiarios televisivos¹*

Enric Saperas*

El caso español constituye un caso único en el conjunto de la Unión Europea por cuanto nos encontramos todavía en un proceso de redefinición de identidades en el marco de un estado plurinacional. Es en este contexto en el que el noticiario televisivo alcanza su plena dimensión como mecanismo o institución que impulsa la configuración de identidades colectivas en un Estado en el que conviven formas identitarias diversas y , a su vez, en un momento de impulso

* - Universidad Rey Juan Carlos. Departamento de Ciencias de la Comunicación II. Grupo de Estudios Avanzados de Comunicación (GEAC).

¹ - El texto se fundamenta en los resultados alcanzados en el proyecto de investigación titulado *La identidad de España a través de los noticiarios televisivos, entre el Estado autonómico y la Unión Europea*. (1999- 2002) y en acciones de investigación desarrolladas posteriormente hasta el año 2004. La investigación original se realizó en el marco del *Programa sectorial de promoción general del conocimiento* de la *Dirección General de Enseñanza Superior* (DGES) durante el bienio 1999 – 2001. En el equipo de investigación participaron cinco universidades españolas con los siguientes investigadores principales: Enric Saperas, Jordi Farré, Andreu Casero (Universidad Pompeu Fabra de Barcelona), Josep Lluís Espluga (Universidad Autónoma de Barcelona), Rafael Xambó (Universidad de Valencia), Juan Luís Pintos de Cea (Universidad de Santiago de Compostela) y Víctor Sampedro (Universidad de Salamanca).

de un proceso de integración europea. Este contexto nos permite interpretar la relevancia de los resultados alcanzados y la significatividad de las tendencias que se nos muestran en las conclusiones alcanzadas en el análisis de los noticiarios televisivos y en los grupos de discusión.

A menudo se ha hablado de la existencia de una ‘identidad dual’ como imaginario colectivo de las identidades en España. En el desarrollo de nuestra investigación observaremos la complejidad de esta realidad identitaria mediante la superposición de identidades únicas, duales y complementarias. Este es nuestro objetivo y el lector dispone de conocimientos que creemos que son innovadores a pesar de la evidente limitación impuesta por las muestras analizadas y la capacidad de desarrollo de la propia investigación por las restricciones antes comentadas.

Entre estas formas de representación de la identidad colectiva, el tema de ‘España y de los españoles’ ocupa una posición central en el discurso televisivo y en la información de actualidad que diariamente difunden el conjunto de los noticiarios, tanto de ámbito estatal como autonómico, mediante el proceso de mediación que se establece entre la televisión y su audiencia. La observación de estas formas básicas de representación de la identidad de España en los informativos televisivos nos permitirá la observación de estrategias discursivas diferentes que responden a diversas formas de entender la realidad social, política e institucional del Estado Español y de sus diversas comunidades históricas.

Las técnicas de investigación y la muestra analizada

La investigación que presentamos tiene como objetivo el estudio de la representación de la identidad de lo español en un formato hegemónico como es el noticiero televisivo.

La investigación se define como una modalidad de conocimiento de la realidad comunicativa española que conjuga la aplicación de métodos cuantitativos (el análisis de contenido y el estudio de la agenda temática informativa) con métodos cualitativos (el análisis de recepción mediante los procedimientos y las técnicas de la discusión de grupos).

La investigación ha sometido a análisis dos muestras complementarias: los noticiarios televisivos y los grupos de discusión.

- **Estudio de contenido y descripción de la agenda temática de actualidad:** En cuanto a los noticiarios televisivos se ha elegido una muestra correspondiente a cinco semanas en un periodo de normalidad: semanas no correlativas en la que no se produzca un hecho extraordinario que haga referencia a la identidad española, autonómica y europea. La muestra está formada por los canales de televisión de ámbito estatal y autonómico: Televisión Española (TVE1), Antena 3, Tele5, Canal Sur, Euskal Telebista-Teleberri, Televisió de Catalunya- TV3, Canal 9, Televisión de Galicia – TVG, TeleMadrid.
- **Evaluación de grupos de discusión:** En cuanto a la muestra de los grupos de discusión nuestro objetivo ha sido analizar los elementos utilizados en la construcción de identidades colectivas, por parte de personas que habitan en diferentes territorios, para ver su conexión con los elementos que aparecen en los noticiarios televisivos. Para ello hemos realizado una muestra cualitativa formada por distintos grupos de discusión, buscando una variación en las condiciones de producción del discurso que considerábamos teóricamente pertinentes. En el presente caso se ha considerado pertinente reducir las variables estructurantes de la muestra a dos: El “grupo de edad” (jóvenes y viejos) y la “Comunidad Autónoma de residencia” (Comunidad Valenciana, Castilla y León,

Galicia y Cataluña). También se ha tenido en cuenta la variable “género”, y se ha constatado su diversidad (hombres y mujeres) en todos los grupos. De esta manera, recogemos un campo de discursos producidos en diferentes condiciones, y la explicación consistirá en la puesta en relación de los diferentes discursos con las diferentes condiciones de producción².

La presencia de indicadores de identidad en los noticiarios televisivos

La identidad española está presente de forma muy diversa en el conjunto de los noticiarios sometidos a análisis oscilando

² - Se han realizado 8 grupos de discusión, 2 en cada una de las ciudades de Valencia, Salamanca, Santiago de Compostela y Barcelona, entre los meses de mayo y julio del año 2000 y con las siguientes características estructurales:

1. Un grupo de jóvenes residentes en la ciudad de Valencia, formado por 10 personas de entre 18 y 35 años, estudiantes universitarios (4 hombres y 6 mujeres).
2. Un grupo de jóvenes residentes en Salamanca, formado por 6 personas de entre 18 y 35 años, estudiantes universitarios (4 hombre y 2 mujeres)
3. Un grupo de jóvenes residentes en Barcelona, formado por 9 personas de entre 18 y 35 años, estudiantes universitarios (4 hombres y 5 mujeres)
4. Un grupo de jóvenes residentes en Santiago de Compostela, formado por 7 personas de entre 18 y 35 años, estudiantes universitarios (3 hombres y 4 mujeres)
5. Un grupo de mayores de 65 años residentes en Valencia, formado por 9 personas (5 hombres y 4 mujeres)
6. Un grupo de mayores de 65 años residentes en Salamanca, formado por 6 personas (3 hombres y 3 mujeres)
7. Un grupo de mayores de 65 años residentes en Santiago de Compostela, formado por 5 personas mayores de 65 años (4 hombres y 1 mujer)
8. Un grupo de mayores de 65 años residentes en Barcelona, formado por 8 personas mayores de 65 años (1 hombre y 7 mujeres)

entre un máximo de apariciones del 33'6 % en Tele 5 y un mínimo del 15'02 % en ETB. Se observa, en general, que la presencia de indicadores de identidad es más elevada en el conjunto de los noticiarios de ámbito estatal en los que el comunicador enuncia las noticias para un auditorio estatal, mientras que en el caso de los canales autonómicos se produce una presencia menor ya que nos encontramos ante un público no estatal, aunque se aprecian marcadas diferencias entre las diversas televisiones regionales. Si observamos las cadenas estatales los porcentajes alcanzados son significativos: T5 presenta un 33'6 %, A3 presenta un 26'51 %, mientras que TVE1 alcanza un 23'07 %.

En los canales autonómicos observamos un conjunto de indicadores más diversificados. La televisión andaluza alcanza un porcentaje significativo, situándose al mismo nivel que los canales estatales con un 25'5 % y la televisión gallega también presenta un índice elevado con un 22'87 %. En ambos casos, la tendencia puede describirse como un tratamiento de la información estatal como información, a diferencia del resto de los noticiarios autonómicos en los que se narra la actualidad desde una perspectiva mucho más vinculada a la realidad informativa de la comunidad autonómica. Esto implica la difusión de un menor número de noticias de ámbito estatal o con referencia explícita a lo español, o bien un tratamiento enunciativo mucho más vinculado a identidades propias específicas o regionales. Así, TeleMadrid (19'19 %) y C9 (18'45 %) manifiestan una presencia moderada de referencias a la identidad española, que generalmente aparece vinculada a noticias estatales o a la presencia de políticos, deportistas o instituciones españolas. En el caso de Euskadi y Catalunya la presencia de indicadores de lo español es significativamente modesta y, generalmente, su presencia se reduce a las noticias concernientes a la política y a las instituciones políticas representativas del Estado central. Lo español se representa

como una referencia al Estado en el que se enmarca la Comunidad Autónoma frente a la propia realidad del enunciador situada en un eje de perspectiva de la actualidad y de la selección de noticias que no responde a la perspectiva estatal. Por ello, TVC-TV3 presenta una presencia del 15'32 %, mientras que en ETB observamos un 15'02 %.

La presencia de la identidad española en la actualidad informativa

Las referencias explícitas a España y a lo español en el discurso informativo se producen básicamente como formas de representación de los ámbitos institucionales que son compartidos por el conjunto de los ciudadanos: el poder político, las instituciones del Estado y del sistema judicial, la estructura económica y financiera, y, por último, el deporte, especialmente, en su expresión futbolística. España es, por ello, representada como una estructura compartida y como un referente colectivo abstracto que se concreta en grandes estructuras que regulan y unifican una colectividad. En sentido contrario, el ámbito territorial y la vida cotidiana no son motivo de referencia de las formas recurrentes de la identidad.

En el caso de los noticiarios de ámbito estatal se observa, de forma estricta, la representación de España como entidad institucional y estructural a la manera de representación del Estado y del mercado económico como una realidad constante, conformadora y compartida a la que se añade también el deporte como actividad común y como representación simbólica muy relevante de una actividad social compartida territorialmente e institucionalmente (un ejemplo lo encontramos en el uso constante de las expresiones 'Liga española', 'equipo español' o 'deporte español' entre otras). Sin embargo, el caso de T5 supone una excepción, ya que, en esta cadena, la representación institucional y

jurídico-política es extraordinariamente menos significativa que en el resto, como consecuencia de la situación preponderante que se otorga al deporte, que se configura como la sección más relevante.

Por lo que se refiere a los noticiarios autonómicos la representación de la identidad española es variable, según cada estrategia informativa, pero siempre constituye un tipo de identidad presente excluida de debate y a manera de referente semantizado de forma más o menos explícita, de forma inclusiva o como realidad complementaria a la realidad autonómica.

Como acabamos de afirmar, en el caso de las televisiones autonómicas observamos una gran variedad en la distribución de los indicadores de identidad de lo español según las estrategias informativas de cada noticiario. La sección estatal es relevante en la totalidad de los noticiarios, pero con notables diferencias. Así, por ejemplo, en ETB la sección estatal concentra la máxima representación de la identidad española (35'71 %) como referencia explícita respecto al gobierno y al Estado españoles a manera de marco institucional diferenciado, pero como presencia constante y diferenciada, a la que se añade una presencia significativa del deporte, y más concretamente, del fútbol, en la que la actualidad deportiva autonómica se insiere de forma plena. Por el contrario, en TVG (27'5 %) este índice elevado se produce por adscripción y por la presencia constante de las actividades del ejecutivo español y del Presidente de Gobierno. Frente a éstos índices contrasta TVC-TV3 con una frecuencia de presencias muy reducida (11'11 %), otorgando los mayores índices de presencia al poder económico (sección de economía, comercio y finanzas) y al deporte.

La sección de información autonómica constituye un ámbito específico de estos canales televisivos, pero también con una distribución que resulta de las respectivas estrategias

de representación. La inclusión de indicadores de españolidad en la sección autonómica resulta significativa en Canal Sur (27'5 %) frente a índices mucho menores del resto de cadenas. En este sentido, TVC-TV3 y Canal 9 manifiestan estrategias de clara diferenciación entre lo autonómico y lo estatal, resultando mayoritarios, en ambos canales, los respectivos índices de la presencia de las instituciones estatales en el ámbito autonómico. Una estrategia similar se observa en TVG y ETB. En el primer caso, se tiende a diferenciar lo autonómico y lo estatal; en el segundo, se introduce lo español como un componente, por oposición, también existente en la realidad informativa vasca. En el caso de TeleMadrid el índice es nulo, por cuanto la propia información autonómica carece de perfil propio relevante encontrándose subsumida en otras secciones informativas (sucesos y crónica judicial, sociedad, etc.) El deporte, y más concretamente la Liga Nacional de Fútbol, constituye la presencia de lo español más compartido por los canales televisivos autonómicos salvo en el caso de CanalSur (2'5 %).

El tratamiento de la identidad española como tema de la noticia de actualidad

La identidad colectiva es actualmente un motivo central de la representación de la realidad por parte de los medios de comunicación en un mundo cambiante y en constante proceso de transformación. El tratamiento de la identidad española es especialmente significativo como tema de representación de la realidad social española. En este sentido, se han observado las estrategias de representación mediante el análisis de cuatro ejes de argumentación presentes en el discurso explícito o denotativo: tratamiento mediante neutralidad, la identidad como tema de conflicto, como debate o discusión, y como proceso de discusión consensual o de negociación.

Del conjunto de la observación resulta evidente que, en el conjunto de la muestra, el tratamiento mediante neutralidad es el dominante en el conjunto de los noticiarios sometidos a análisis. El motivo 'identidad' es integrado en el discurso periodístico mediante una argumentación descriptiva de hechos de actualidad o mediante el uso de rasgos de identidad como complemento o adjetivación, o como anclaje geográfico o territorial.

La neutralidad es ampliamente dominante en TVE1 (97'22 %), Canal Sur (98 %), Tele5 (95'5 %), TeleMadrid (95'08 %), TVG (93'58 %) y Antena3 (91'69 %). En estos canales, el tratamiento como conflicto (político o de identidades) constituye el segundo ámbito preferente, en el que destaca un 9'68 % de frecuencias en Canal Sur, en contraste con índices muy inferiores del resto de los noticiarios. Tan sólo en los casos de Antena3, TVG y TeleMadrid el tratamiento como debate y consenso presentan índices menores que complementan y diversifican el discurso periodístico entorno a la discusión pública sobre la identidad.

En el conjunto de los noticiarios, ETB y TVC-TV3 manifiestan formas de tratamiento de la identidad claramente diferenciados. En el caso del canal autonómico catalán, el conflicto constituye un elemento relevante en su tratamiento de la identidad, siempre en relación con la discusión sobre competencias y presupuestos del Gobierno Catalán y, en ningún caso, de forma ajena a los procesos políticos normativos internos a las instituciones políticas del Estado. Por el contrario, en ETB se observa el mismo eje argumentativo, aunque es manifestado mediante un distanciamiento respecto a las instituciones estatales y con un marcado uso de denominaciones como 'gobierno español' o 'Estado'.

La identidad española y de lo español como motivo de la noticia o como referencia complementaria

La identidad española aparece en el discurso informativo mediante dos modalidades diferenciadas. De forma minoritaria, la identidad constituye el motivo mismo de la noticia y, por ello, el discurso periodístico hace referencia explícita a un elemento que forma parte de la identidad. En contraste con ello, lo español se nos muestra, mayoritariamente, como un elemento complementario que cumple la función de adjetivar o de asociar la noticia con algunos referentes institucionales, territoriales o de pertenencia a entidades o asociaciones españolas. En la tabulación se puede observar la distribución por porcentajes de ambas modalidades en el conjunto de los noticiarios:

	TVE1	A3	T5	CS	ETB	TV3	TVG	C9	TM
La identidad como motivo de la noticia	16'66	11'42	14'7	4		11'11	6'5	20'10	7'4
La identidad como elemento complementario	83'34	88'58	85'3	96	100	88'89	93'5	79'9	92'6

A manera de conclusión, la observación de los noticiarios nos permite afirmar que en los canales estatales la presencia de la identidad como componente primario es significativa y se asocia con índices de frecuencia regulares: TVE1 (16'66 %), T5 (14'7 %) y A3 (11'42 %). Esta relativa uniformidad no se produce en el conjunto de los canales televisivos autonómicos en los que se observa una notable diversidad de índices de frecuencia.

Cabe destacar la elevada presencia del factor identitario primario en Canal 9, a pesar de la tendencia de esta cadena a obviar las denominaciones explícitas hacia España. Esta presencia es un elemento constante de la estrategia discursiva presente tanto en el ámbito autonómico y estatal. Frente

a esta situación se encuentra ETB con una total ausencia de elementos primarios, y Canal Sur con una escasa incidencia (4 %).

Primeras conclusiones: La identidad española como representación discursiva en los noticiarios televisivos

A pesar de las limitaciones impuestas por el análisis de contenido aplicado a la muestra televisiva que conforma el presente estudio nos ofrece con claridad los aspectos manifiestos del discurso periodístico en lo referente a la difusión de la identidad española. Por ello, y a la vista de los datos suministrados por el mismo, dos son las principales conclusiones que se pueden extraer sobre cómo es presentada la identidad española en los noticiarios.

En primer lugar, parece claro que no existe una estrategia compartida por los diferentes canales a la hora de presentar lo español en el medio televisivo. Más bien al contrario, la disparidad de estrategias en la transmisión de la identidad es la característica que se extrae del análisis de los noticiarios. Es decir, no existe un patrón común a la hora de presentar la identidad española en el ámbito televisivo. Los distintos canales se enfrentan desde lógicas diferenciadas, definidas en función de los intereses y las características particulares, a la construcción identitaria.

A pesar de esta constatación, observamos ciertas semejanzas entre las cadenas de ámbito estatal. No obstante, esta coincidencia sólo se da a niveles globales, es decir en aquellos índices que atañen a la simple difusión de la identidad, ya que las divergencias vuelven a aparecer en los ámbitos temáticos donde se manifiesta la citada identidad.

Esta falta de coincidencia a la hora de presentar lo español puede explicarse por varias razones. En primer lugar, la priorización en el tratamiento informativo de los ámbitos locales y autonómicos en los que lo español, como referente

explicitado, tiene escasas posibilidades de aparecer en el elenco de temas que conforman la actualidad diaria del propio ámbito territorial, mientras que experimenta una mayor presencia en sus referencias a la actualidad estatal y deportiva. En otras palabras, la identidad española surgirá, pues, en las secciones estatales, que, aunque son de duración variable según los canales, siempre son menores que en un noticiario nacional, o bien se atisbará cuando entre en contacto con la identidad autonómica, que ostenta el protagonismo debido a que el enunciador presenta las noticias desde su propia perspectiva.

Destacamos, en segundo lugar, la falta de una estrategia compartida entre las diversas cadenas se debe al hecho de que, al tratarse de una identidad consolidada y asentada, la española, a diferencia de la europea, no es motivo de polémica y es asumida por los medios con total normalidad. Este hecho hace que no se le dispense a la identidad española un tratamiento diferenciado o pormenorizado. Sólo en casos en los que la identidad autonómica se plantea desde un punto de vista conflicto frente a la española se puede dar este tratamiento diferenciado.

Junto a la disparidad de estrategias en la representación de la identidad española, la otra gran consecuencia que podemos inferir afecta a la cuestión de cómo es presentada 'España' y 'lo español' en los noticiarios. La respuesta a este interrogante parece clara: la identidad española aparece, de forma mayoritaria, vinculada al Estado español. Es decir, los medios televisivos asocian íntimamente la identidad española con los ámbitos institucionales del propio país. Es por ello, que la sección de actualidad estatal es la que sobresale por lo que se refiere a la presencia de identidad en todas la cadenas, excepto en TVC-TV3 y TVG. Así, la identidad aparece concentrada en los aspectos informativos estatales.

La difusión de la identidad de forma institucionalizada hace que España se presente como una estructura compartida y un referente común abstracto. Es decir, ‘España y lo español’ aparece en los noticiarios como un marco común de convivencia y como entramado aglutinador de la colectividad de ciudadanos que conforman la población del país. Este hecho confirma que la identidad española se muestra consolidada y es asumida como no problemática por los medios televisivos.

Lo expuesto hasta ahora nos permite deducir que los noticiarios televisivos presentan la identidad española desde la normalidad más absoluta. Apoya esta afirmación el hecho de que el tratamiento mayoritario de la identidad, por parte de los teleinformativos, es el de la neutralidad. Al ser ‘normal’ y estar ‘asumido’ e ‘interiorizado’ que lo español carece de trabas y de conflictividad, el enfoque que aplican los medios de comunicación a su tratamiento permanece en el terreno de la más pura objetividad periodística. Sin duda, esta trivialización en la exteriorización de la identidad española constituye una de las aportaciones más destacadas de este estudio. Así, ‘España’ y ‘lo español’ aparece en los noticiarios no como algo enigmático y conflictivo, sino como un elemento regular y asentado al que se recurre de forma metódica.

Una segunda propuesta de análisis: la identidad de lo español en los grupos de discusión

A diferencia del discurso televisivo el análisis de los grupos de discusión nos permite observar como la semantización de las identidades se produce desde un sujeto individual mucho más cercano a formas de definición identitaria personal y de colectividad inmediata de referencia. Al igual que en el discurso mediático la identidad española no se ha problematizado (salvo en algunos matices en el

grupo situado en Barcelona) y se realiza una referencia colectiva común y territorial.

En los grupos de discusión se observa una marcada tendencia hacia la focalización de las identidades (española, autonómica y europea) en aspectos de la vida cotidiana mediante una expresa voluntad de no problematizar políticamente las respectivas identidades. La desconfianza hacia la política, los políticos y las instituciones jurídico-políticas es altamente notable desarrollando una identificación mucho más vinculada a la experiencia personal, a los sentimientos individuales a manera de un *Lifestyle Politics*. La identidad no es una identidad política, sino una identidad vivencial y de memoria histórica, aunque con marcadas diferencias según el ámbito autonómico sometido a análisis como podremos observar en nuestras conclusiones sobre los focus-group.

Después de haber analizado la información recogida en los grupos, se observa que las personas participantes en los mismos presentan ciertas dificultades para ubicarse en identidades claras en los distintos niveles propuestos (local, autonómico, español y europeo). En cierto modo, resulta difícil hablar de identidades monolíticas o unidimensionales, cosa ya esperable de buen principio, pero se advierte una tendencia generalizada de la gente a intentar no definirse demasiado. En este sentido, en pocas ocasiones los participantes en los grupos optan por declararse partidarios de una sola identidad (catalanes, gallegos, españoles o europeos), cosa que, cuando sucede, introduce una cierta conflictividad en la conversación. De hecho, parece que prefieran no problematizar algo que perciben poco adecuado, de tal manera que permanecen en la indefinición de sus identidades o, en el mejor de los casos, aceptan una suerte de definición escéptica y relativista.

Es de destacar la aparición reiterada de algunos campos o núcleos discursivos comunes en la mayoría de los grupos

a la hora de justificar sus identidades. Quizá el tema más presente sea el referente a la dicotomía “desarrollo/atraso”, que aparece en todos los grupos, y que parece incidir en gran manera en la construcción de unas identidades colectivas a diversos niveles. Así, se observa que los grupos de Salamanca y de Santiago de Compostela tienden a percibirse a sí mismos como parte de una sociedad poco desarrollada en el sentido de “progreso hacia la modernidad”, sobre todo cuando se comparan con otras Comunidades Autónomas (básicamente con Cataluña y con el País Vasco) o con Europa. En cambio, los grupos de Valencia y de Cataluña tienden a situarse en la “modernidad”, si bien los primeros con algunos matices, a consecuencia de una autopercepción poco satisfactoria respecto al nivel de desarrollo que suponen que podrían alcanzar si se aprovecharan todas sus potencialidades, mientras que los grupos de Cataluña parecen ubicarse sin problemas en un lugar y en una sociedad plenamente “moderna”.

En todos los grupos aparecen diversos tópicos y lugares comunes con los que identificarse e identificar a los demás, los cuáles parecen cumplir un papel ambivalente, en el sentido de que nadie los quiere tomar muy en serio, y a menudo se utilizan para ridiculizar una determinada noción de identidad, pero al mismo tiempo se les atribuye un cierto poder definitorio. Ello es así incluso en algunos casos donde la experiencia directa ha desmentido la adecuación del tópico, por lo cual habría que suponer que dichos estereotipos tienen un poder real a la hora de configurar la imagen que la gente tiene de los demás (o incluso de sí misma), al menos hasta cierto punto. Quizá en relación con ello, se observa que en todos los grupos de discusión se otorga una gran importancia al “carácter” de la gente, de tal manera que se tiende a opinar que la gente del lugar (de la propia comunidad autónoma) es más “abierto” y amable que la gente de otras regiones (o Comunidades). Así, los grupos de

Valencia hacen una distinción entre la costa mediterránea (supuestamente gente más abierta) y el resto de España, los grupos de Santiago de Compostela distinguen entre la costa gallega y asturiana (gente abierta) y el interior de España, y los grupos de Salamanca distinguen entre la mayor parte de España (abiertos) y el País Vasco y Cataluña (más cerrados). Todo ello contribuye a que, a la hora de construirse una identidad, en unos territorios predominen las claras diferencias entre el ámbito autonómico y el nivel de España (como sucede básicamente en Barcelona, y en mucha menor medida en Valencia), mientras que en otras zonas a penas se reconocen tales diferencias (como pasa sobre todo en Salamanca, y en menor medida en Santiago).

Hay que destacar también diferencias generacionales importantes a la hora de establecer y valorar las diferentes identidades colectivas. Se observa que los jóvenes son más críticos con sus propias Comunidades Autónomas, y consigo mismos, a la hora de manifestar las características que definen el lugar donde viven. Mientras que los mayores se refieren a las diferencias entre diversos territorios de España en términos de fatalidad y de pérdidas (o ganancias) históricas, los jóvenes lo atribuyen más a pasividad de las elites locales y regionales y al juego de instituciones políticas. Ello es más visible en el caso de los territorios que se autoperciben como poco “desarrollados”, donde, por ejemplo, los dos grupos generacionales muestran claras diferencias respecto al tema de la emigración, que es percibida por los jóvenes en términos menos negativos ya que supone también una posibilidad de futuro positiva (de trabajo, etc.).

La identidad que genera menos discusiones es la europea. Todos los grupos perciben que se trata de una identidad muy difusa, en estado de construcción pero que todavía no ha cuajado en nada concreto. Europa es vista generalmente como una entidad producto de intereses económicos, con culturas muy diversas difícilmente reducibles a una única

identidad. Ello es así tanto en los grupos de mayores como en los de jóvenes, aunque en el caso de éstos también se percibe como una posibilidad de futuro en positivo. En general, la idea de Europa a penas tiene referentes simbólicos más allá del “euro”, y se vive mediatizada a través de la pertenencia a España (quizá algo menos en el caso de los grupos de Barcelona). En este sentido, Europa se define como una entidad de “progreso”, caracterizada por altos niveles tecnológicos y de desarrollo económico, en referencia a la cual España representa un cierto “atraso”. En todos los grupos se acuerda que Cataluña sería la excepción, y desde esta perspectiva los propios grupos de Barcelona parece que se sienten más cercanos a Europa que a España. De todos modos, la identidad europea se percibe en construcción, y hay un consenso implícito

Un núcleo discursivo que aparece en buena parte de los grupos, con la excepción de los de Salamanca, es la cuestión lingüística. La lengua catalana (en tanto que sus variantes catalán y valenciano) y gallega) es vivida de manera bastante problemática, y tanto en Valencia como en Santiago se reconoce que tiene un peso importante en la configuración de la identidad autonómica, pero se observa que genera conflicto y discriminación en diversos grados, por lo cual no hay acuerdo respecto a cual es su papel real en estos aspectos. Incluso en los grupos de Barcelona, donde aparentemente sería esperable una mayor seguridad en este tema, se prefiere divagar y no poner el énfasis en la cuestión lingüística.

La identificación con España está presente en todos los grupos, especialmente en los de gente mayor, de tal manera que los jóvenes afirman su adhesión pero con menor énfasis y en ningún caso hacen una defensa férrea de dicha identidad. Los mayores, en cambio, sí que participan con mayor claridad de la identidad española. El predominio de este nivel de identidad difumina en muchos casos a los niveles local y autonómico.

En este contexto, los medios de comunicación pueden aparecer como imprescindibles para explicar las articulaciones de los diferentes niveles de identidad estudiados. Pero hay que advertir que, aunque son necesarios, no parecen determinar causalmente dichas identidades. Por una parte se observa que, aunque hay personas que tienen experiencias prácticas de algunos de dichos ámbitos de identidad (especialmente la gente mayor), muchas veces la gente participa de unos modelos de pertenencia, o se adhiere a unas identidades colectivas, sin conocer empíricamente el área territorial a la que se adscribe. Indudablemente los medios de comunicación proveen imágenes y marcos de referencia que facilitan tal cosa, pero no son solamente los medios, sino que otras agencias o instituciones contribuyen a crear dichas adscripciones, como la escuela, las relaciones comerciales, las relaciones interpersonales, etc. En realidad, asuntos típicos de las parrillas de las televisiones, como la política, el deporte, personajes famosos, etc., a penas aparecen entre los marcadores que las personas de los grupos de discusión utilizan para autoidentificarse.

Algunas conclusiones correspondientes a los resultados de los grupos de discusión

La identidad española en el discurso informativo de los canales televisivos y en los grupos de discusión será representada o discursivizada según el sujeto de la enunciación y de la situación geográfica en la que este elabora su discurso. Evidentemente observaremos la identidad como un fenómeno real existente como tema recursivo de referencia, de opinión y de convivencia. Se trata de un elemento relevante para la interpretar la realidad social e individual claramente interiorizado por el sujeto que enuncia.

En el discurso informativo de los noticiarios la identidad española se nos muestra como una realidad no problematizada

y, a menudo, complementaria que define un anclaje de pertenencia o una referencia colectiva. No forma parte de un discurso polémico sino de un elemento de identificación o de adjetivación de unos fenómenos de actualidad. Aquellos elementos que podrían problematizar el tema no se encuentran presentes o no están asociados a la realidad informativa: la lengua, los derechos históricos nacionales, la diversidad plurinacional o la diferenciación no forman parte del discurso. En este sentido resulta relevante el hecho que en los noticiarios lo español está preferentemente asociado a lo institucional de orden jurídico-político o al deporte.

Sin embargo, parece claro que no existe una estrategia compartida por los diferentes canales a la hora de presentar lo español en el medio televisivo. Más bien al contrario, la disparidad de estrategias en la transmisión de la identidad es la característica que se extrae del análisis de los noticiarios. Es decir, no existe un patrón común a la hora de presentar la identidad española en el ámbito televisivo. Los distintos canales se enfrentan desde lógicas diferenciadas, definidas en función de los intereses y las características particulares, a la construcción identitaria.

A pesar de esta constatación, si que se observan ciertas semejanzas entre las cadenas de ámbito estatal. No obstante, esta coincidencia sólo se da a niveles globales, es decir en aquellos puntos (categorías) que atañen a la simple difusión de la identidad, ya que las divergencias vuelven a aparecer en los ámbitos temáticos donde se manifiesta la citada identidad.

Esta falta de coincidencia a la hora de presentar lo español puede explicarse por varias razones. En primer lugar, la priorización en el tratamiento informativo de los ámbitos locales y autonómicos (donde lo español tiene escasas posibilidades de aparecer en el elenco de temas que conforman la actualidad diaria) que llevan a cabo las cadenas regionales relega a una posición subordinada a la identidad

española. Ésta surgirá, pues, en las secciones estatales, que, aunque son de duración variable según los canales, siempre son menores que en un noticiero nacional, o bien se atisbará cuando entre en contacto con la identidad autonómica, que ostenta el protagonismo debido a que el enunciador presenta las noticias desde su propia perspectiva.

La falta de una estrategia compartida entre las diversas cadenas se debe al hecho de que se representa la identidad española como una realidad consolidada y asentada a diferencia de la europea, no es motivo de polémica y es asumida por los medios con total 'normalidad institucional'. Este hecho hace que no se le dispense a la identidad española un tratamiento diferenciado o pormenorizado. Sólo en casos en los que la identidad autonómica se plantea desde un punto de vista conflicto frente a la española se puede dar este tratamiento diferenciado.

Junto a la disparidad de estrategias en la representación de la identidad española, la otra gran consecuencia que podemos inferir afecta a la cuestión de cómo es presentada 'España' y 'lo español' en los noticieros. La respuesta a este interrogante parece clara: la identidad española aparece, de forma mayoritaria, vinculada al Estado español. Es decir, los medios televisivos asocian íntimamente la identidad española con los ámbitos institucionales del propio país. Es por ello, que la sección de actualidad estatal es la que sobresale por lo que se refiere a la presencia de identidad en todas la cadenas, excepto en algunos casos concretos que serán debidamente comentados. Así, la identidad aparece concentrada en los aspectos informativos estatales y deportivos.

La difusión de la identidad de forma institucionalizada hace que España se presente como una estructura compartida y un referente común abstracto. Es decir, 'España y lo español' aparece en los noticieros como un marco común que identifica una colectividad territorial e institucional,

también generalmente de convivencia, y como entramado aglutinador de la colectividad de ciudadanos que conforman la población del país. Este hecho confirma que la identidad española se muestra consolidada y es asumida como no problemática por los medios televisivos.

Lo expuesto hasta ahora nos permite deducir que los noticiarios televisivos presentan la identidad española desde la normalidad más absoluta. Apoya esta afirmación el hecho de que el tratamiento mayoritario de la identidad, por parte de los informativos televisivos, es el de la neutralidad. Al ser ‘normal’ y estar ‘asumido’ e ‘interiorizado’ que lo español carece de trabas y de conflictividad, el enfoque que aplican los medios de comunicación a su tratamiento permanece el el marco de una ‘objetividad periodística’. Sin duda, esta trivialización en la exteriorización de la identidad española constituye una de las aportaciones más destacadas de este estudio. Así, ‘España’ y ‘lo español’ aparece en los noticiarios no como algo enigmático y conflictivo, sino como un elemento regular y asentado al que se recurre de forma metódica.

A diferencia del discurso televisivo el análisis de los grupos de discusión nos permite observar como la semantización de las identidades se produce desde un sujeto individual mucho más cercano a formas de definición identitaria personal y de colectividad inmediata de referencia. Al igual que en el discurso mediático la identidad española no se ha problematizado (salvo en algunos matices en el grupo situado en Barcelona) y se realiza una referencia colectiva común y territorial.

En los grupos de discusión se observa una marcada tendencia hacia la focalización de las identidades (española, autonómica y europea) en aspectos de la vida cotidiana mediante una expresa voluntad de no problematizar políticamente las respectivas identidades. La desconfianza hacia la política, los políticos y las instituciones jurídico-

políticas es altamente notable desarrollando una identificación mucho más vinculada a la experiencia personal, a los sentimientos individuales a manera de un *Lifestyle Politics* (utilizamos el concepto de Lance Bennett). La identidad no es una identidad política ,sino una identidad vivencial y de memoria histórica, aunque con marcadas diferencias según el ámbito autonómico sometido a análisis como podremos observar en nuestras conclusiones sobre los focus-group.

Conclusiones finales y algunas sugerencias para desarrollar en investigaciones futuras

1. Las identidades colectivas y sociales constituyen un factor de gran relevancia para el individuo y las comunidades a manera de constelación de valores que orientan la acción social y la opinión en el posicionamiento de los esquemas de referencia, de convivencia i de expresión de actitudes a través de la opinión. En este sentido nuestro proyecto de investigación se ha focalizado en dos componentes que permiten la observación parcial, pero significativa, del proceso de representación y de expresión social de la identidad colectiva: el ciudadano individual y los noticiarios televisivos. En ambos componentes la identidad se nos muestra como un valor significativo que se encuentra presenta de forma diversa, pero relacionada mutuamente.
2. La identidad española, las identidades autonómicas (expresadas como estrictamente autonómica o como realidad histórica diferenciada) y la identidad europea se nos muestran como formas de identidad existentes en las muestras evaluadas y constituyen tres formas de identidad que aunque se expresan de forma diferente se articulan complementariamente alcanzando un *ámbito completo de identidades* que estructuran

siempre, y de forma coincidente en el conjunto de la muestra, un *universo de posicionamiento o de vertebración de las posibles identidades colectivas vinculadas a ámbitos institucionales, territoriales y vivenciales*. En ningún caso hemos observado una invalidación de estas tres identidades y tan sólo la identidad local podría complementarlas aunque siempre lo local se encuentra en un ámbito primario formado por la comunidad (autónoma o histórica) en la que adquiere su sentido.

3. En el noticiario televisivo estas tres formas de identidad, con una especial intensidad en lo que se refiere a la identidad española, se representan como un marco institucional de orden jurídico-político (complementado por un segundo ámbito deportivo) que define preferentemente lo español y España como una comunidad y un territorio que se expresa y representa a través de un conjunto de organizaciones políticas, jurídicas, económicas, de orden público y deportivas. En otro sentido, la identidad de lo español, de España y de las Comunidades autónomas no se expresa como una realidad identitaria semantizada de forma explícita y en un sentido vivencial, cultural, histórica o presente en la vida cotidiana o en la experiencia de los hechos de actualidad. La identidad, en un sentido explícito o fuerte (utilizando la expresión de algunos individuos evaluados), se sitúa en un ámbito externo al discurso informativo aunque es un elemento de adjetivación y de anclaje territorial. A pesar de las diferencias que se observan en los noticiarios, y que han sido debidamente comentadas, la identidad se presupone y no se plantea como argumento vinculado a la actualidad. Tampoco constituye un elemento de conflicto, de debate o en proceso de redefinición. Las identidades española y autonómica

(sobre todo en cuanto a las comunidades con memoria y realidad histórica diferenciada: Catalunya, País Valenciano, Galicia, Castilla) tienden a presentarse como realidades paralelas, complementarias y relacionadas sin conflictividad. La ausencia de elementos conflictuales o de debate explicitados en el discurso informativo no invalida la idea de la significatividad de la identidad. Antes al contrario la sitúa como un eje relevante por estar siempre presente como una realidad implícita y por el hecho de expresarse institucionalmente y en ámbito de la esfera de lo político.

4. Establecemos la hipótesis , que sería necesario desarrollar y contrastar con posterioridad a este proyecto, que la representación de la identidad española (y de las identidades históricas diferenciadas) se expresa de forma explícita en otros discursos televisivos como la ficción ,el entretenimiento, los programas de debate, el reportaje de actualidad y, en menor medida, la publicidad y la música de consumo. La identidad ‘fuerte’ queda situada semánticamente al exterior del discurso informativo aunque esta situación es relevante para evaluar dicho discurso y el propio tratamiento de la actualidad.
5. En los grupos de discusión, y teniendo en cuenta las marcadas diferencias que se ha definido con anterioridad, las formas de identidad que son objeto de nuestro estudio se expresan en un ámbito individual y como un elemento básico y esencial en el discurso de la propia definición de uno mismo y del entorno social e histórico en el que cada sujeto se posiciona. La identidad se no se define mediante lo político o lo institucional que manifiestamente es semantizado como un ámbito externo e impuesto al que generalmente los individuos evaluados expresan recelo,

desconfianza y como una realidad cercana pero claramente separa de los valores que definen su identidad y sus climas de opinión.

6. La identidad conforma una predisposición marcadamente significativa para los grupos de opinión definida por valores muy cercanos a la propia existencia y a las condiciones de desarrollo de sus actividades y de su experiencia. Las actitudes y las opiniones expresadas siempre son consideradas como propias y estables bien como argumentación o mediante el uso de estereotipos y tópicos (siempre susceptibles de ser matizados y comentados). En este sentido los medios de comunicación también son valorados con una cierta desconfianza, pero son fuente básica para el conocimiento de los hechos de actualidad que el individuo interpreta a partir de sus predisposiciones significativas.

Los ámbitos en los que de forma preferente se expresa la identidad en los sujetos evaluados son los siguientes:

- *la vertebración territorial*: lo identitario se expresa de forma regular en el ámbito territorial en el que se desarrolla la actividad del individuo a manera de marco de referencia de la propia experiencia de lo vivido y, por ello, de lo opinable sobre cómo uno mismo define su propia identidad colectiva. Los valores territoriales se encuentran presentes como vertebradores de la argumentación sobre la identidad: ciudad/campo, costa/interior, centro/periferia, zonas desarrolladas/zonas no desarrolladas, etc.
- *la experiencia de lo vivido*: la identidad se argumenta de forma constante como un referente de lo vivido en la propia colectividad o mediante la experiencia de los *otros* (experiencia directa, experiencia cultural estereotipada, experiencia transmitida por otros

individuos cercanos y experiencia mediada por el sistema de los medios de comunicación). La identidad se nos semantiza de forma argumentada, explícita, subjetivizada utilizando la experiencia propio y de los demás como una forma de intersubjetividad que da un sentido (común) compartido por otros. En este sentido observamos algunas diferencias entre el grupo de jóvenes y el grupo de individuos mayores. Para los primeros la realidad evaluada se argumenta desde el presente con marcada tendencia hacia el desencanto y la reclusión en aspectos de la vida cotidiana. Para los segundos la memoria de lo vivido les proyecta hacia argumentaciones basadas en las ideas de progreso, trabajo, mejora de las condiciones de vida, agravios históricos en el desarrollo, uso de los tópicos diferenciadores.

- *el estilo de vida*: la forma que cada individuo experimenta su realidad es determinante para la valoración de las realidades de la identidad propia y ajena. La identidad, generalmente, es semantizada de forma no conflictiva o con voluntad de no argumentarla a partir de posiciones de conflicto, aunque se manifiesta que las identidades diversas que configuran España son una posible fuente conflictual que siempre forma parte de los climas de opinión.
- *el valor de lo instrumental*: con una cierta regularidad se argumentan formas de identidad que podríamos denominar como *identidad instrumental* a manera de un discurso identitario relacionado con las posibilidades marco que cada pertenencia a una identidad colectiva permite alcanzar como determinantes del carácter colectivo (por ejemplo, el trabajo, el orgullo, el amor por lo propio, etc.), del progreso, de la forma de vida genérica, de las oportunidades, de las consecuencias del clima, de la apertura del trato, de la autovaloración, de la frustración colectiva, etc.

- *la desconfianza hacia lo institucional*: la identidad se define al margen de lo institucional y de la política y los conflictos latentes se vinculan directamente a la existencia de estos dos ámbitos. Observamos una clara y marcada crítica hacia formas de identidad resultantes de los valores institucionales y políticos, al mismo tiempo que observamos una valoración muy significativa de la referencia al ámbito de lo cotidiano, de los valores individuales y de los grupos sociales y de la propia tradición popular a manera de un *Lifestyles Politics*. En este sentido el noticiario televisivo presenta una realidad lejana a las formas de identidad dominantes en los grupos, aunque necesaria como conocimiento de los hechos de actualidad. Como hemos afirmado anteriormente, es probable que otros discursos televisivos se sitúen de forma más próxima a la experiencia de la identidad mostrada por los sujetos evaluados.
- *la memoria histórica*: constituye un referente constante, aunque explicitado escasamente en hechos y periodos concretos incluido el franquismo, como una forma estructural presente en el horizonte de los climas de opinión y en las formas de autovaloración o de consideración de las demás comunidades históricas.
- *el valor de la convivencia*: la argumentación de los grupos de discusión se aproxima al discurso de los noticieros en la no expresión explícita de España ,aunque sí en su existencia como un referente general, a menudo ambiguo, pero real y territorialmente concreto. En el caso de los grupos de discusión lo español se semantiza como convivencia/relación de comunidades históricas y territoriales, pero sin un referente explícito de España como realidad única o determinante de una homogeneidad.



títulos publicados:

- 1 - Semiótica: A Lógica da Comunicação
António Fidalgo
- 2 - Jornalismo e Espaço Público
João Carlos Correia
- 3 - A Letra: Comunicação e Expressão
Jorge Bacelar
- 4 - Estratégias de Comunicação Municipal
Eduardo Camilo
- 5 - A Informação como Utopia
J. Paulo Serra
- 6 - Escrita teleguiada
Guiões para audiovisuais
Frederico Lopes
- 7 - Manual de Jornalismo
Anabela Gradim
- 8 - A Persuasão
Américo de Sousa

- 9 - Comunicação e Poder
João Carlos Correia (Org.)
- 10 - Violência e Cinema
Monstros, soberanos, Ícones e Medos
Luís Nogueira
- 11 - Teorias da Comunicação
José Manuel Santos
João Carlos Correia (Orgs.)
- 12 - Sociedade e Comunicação:
Estudos sobre Jornalismo e Identidades
João Carlos Correia

