

Pesquisa em Media e Jornalismo

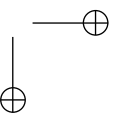
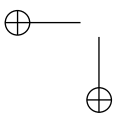
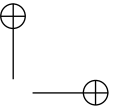
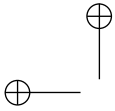
Homenagem a Nelson Traquina

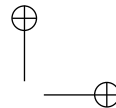
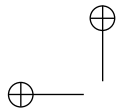
Isabel Ferin Cunha, Ana Cabrera e Jorge Pedro Sousa (Orgs.),
Carla Martins, Carlos Camponez, Cristina Ponte, Estrela Serrano, Francisco
Rui Cádima, Helena Lima, João Carlos Correia, João Pissarra Esteves, Maria João
Silveirinha, Maria José Mata, Marialva Carlos Barbosa, Marisa Torres da Silva,
Rita Figueiras, Rogério Santos, Teresa Mendes Flores e Vanda Calado

Organização:



LabCom, 2012

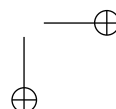
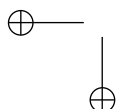


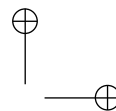
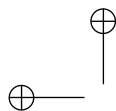


Pesquisa em Media e Jornalismo - Homenagem a Nelson Traquina

Isabel Ferin Cunha, Ana Cabrera, Jorge Pedro Sousa (Orgs.),
Carla Martins, Carlos Camponéz, Cristina Ponte, Estrela Serrano, Francisco
Rui Cádima, Helena Lima, João Carlos Correia, João Pissarra Esteves, Maria João
Silveirinha, Maria José Mata, Marialva Carlos Barbosa, Marisa Torres da Silva,
Rita Figueiras, Rogério Santos, Teresa Mendes Flores e Vanda Calado.

LabCom 2012





Livros LabCom

www.livroslabcom.ubi.pt

Série: Estudos em Comunicação

Direcção: António Fidalgo

Coordenação e Edição: Jorge Pedro Sousa

Design da Capa: Eduardo Zilles Borba

Paginação: Jorge Pedro Sousa e Eduardo Zilles Borba

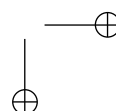
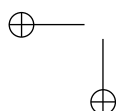
Covilhã, Portugal, 2012.

ISBN: 978-989-654-094-4

Título: *Pesquisa em Media e Jornalismo - Homenagem a Nelson Traquina*

Copyright © Isabel Ferin Cunha, Ana Cabrera, Jorge Pedro Sousa (Orgs.), Carla Martins, Carlos Camponez, Cristina Ponte, Estrela Serrano, Francisco Rui Cádima, Helena Lima, João Carlos Correia, João Pissarra Esteves, Maria João Silveirinha, Maria José Mata, Marialva Carlos Barbosa, Marisa Torres da Silva, Rita Figueiras, Rogério Santos, Teresa Mendes Flores e Vanda Calado.

Todos os direitos reservados. Nenhuma parte desta publicação deve ser reproduzida, alojada em sistemas de troca de dados, ou transmitida, em qualquer formato ou por qualquer motivo, eletrónica, mecânica, fotocópia, gravação, e demais, sem a autorização dos autores.



AGRADECIMENTOS

Ao CIMJ, pelo enquadramento.
Ao LabCom da UBI, pela colaboração e pela confiança

Organização:



Apoios:



Índice

PREFÁCIO	1
<i>Isabel Ferin Cunha</i>	
CAPÍTULO 1: Nelson Traquina e as pesquisas em jornalismo no Brasil	11
<i>Marialva Carlos Barbosa</i>	
CAPÍTULO 2: A teoria da noticiabilidade de Nelson Traquina aplicada a periódicos portugueses do século XVII – Os casos da <i>Gazeta</i> e do <i>Mercúrio Português</i>	27
<i>Jorge Pedro Sousa e Helena Lima</i>	
CAPÍTULO 3: Intelectualidade, autonomia e desprofissionalização - Regresso a questões candentes	47
<i>Maria João Silveirinha e Carlos Camponez</i>	
CAPÍTULO 4: A construção social da realidade e o jornalismo como profissão especializada	79
<i>João Carlos Correia</i>	
CAPÍTULO 5: <i>Agenda-setting</i> e efeitos dos Media: o desenvolvimento paradoxal da teoria e o regresso a uma perspectiva comportamentalista	107
<i>João Pissarra Esteves</i>	
CAPÍTULO 6: Eleições e comunicação política nas democracias ocidentais	139
<i>Isabel Ferin Cunha e Rita Figueiras</i>	

CAPÍTULO 7: Do Parlamento para os jornais: reflexos mediáticos dos debates da IVG em 20 anos de democracia portuguesa **159**

Ana Cabrera, Teresa Mendes Flores, Carla Martins e Maria José Mata

CAPÍTULO 8: O Dia Mundial da Sida 2011. Revisitando Elementos para uma Teoria da Notícia **203**

Cristina Ponte, Marisa Torres da Silva e Vanda Calado

CAPÍTULO 9: Alguns pressupostos teóricos para uma análise do jornal televisivo **215**

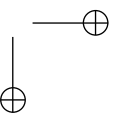
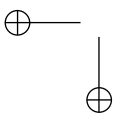
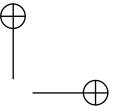
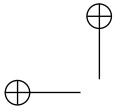
Estrela Serrano

CAPÍTULO 10: Das crises aos desafios do Jornalismo na era pós-Wikileaks **233**

Francisco Rui Cádima

CAPÍTULO 11: A rádio portuguesa na década de 1960. A revista *Antena* (1958-1968) e a promoção da rádio **255**

Rogério Santos



PREFÁCIO

Português filho de imigrantes nos Estados Unidos, Nelson Trinquina viveu os anos da Revolução de Abril em Portugal, como jornalista e correspondente de agências internacionais (United Press International e Daily Telegraph). A sua formação nos Estados Unidos (Universidade de Denver) e a passagem pela universidade francesa, Universidade de Paris I, onde obteve o Diploma d'Études Supérieures Spécialisées (D.E.E.S.) em Comunicação Política e Social, permitiram-lhe adquirir uma visão ampla desta área de estudos em expansão. No início da década de oitenta, foi convidado para professor da Universidade Nova de Lisboa e a partir desse momento contribui de forma determinante para o desenvolvimento dos Estudos sobre os Media e o Jornalismo em Portugal. Lecionando no então Departamento de Comunicação Social, hoje departamento de Ciências da Comunicação, empreendeu a formação de uma geração que hoje ocupa posições destacadas na investigação, nos cursos de Ciências da Comunicação e Jornalismo e enquanto profissionais, tanto em Portugal como no Brasil.

Tendo como prática pedagógica trabalhar com os alunos de licenciatura, mestrado e doutoramento, concretizou um programa de credibilização dos estudos teóricos e de desenvolvimento de pesquisas empíricas sobre os Media e o Jornalismo. Neste contexto, publicou a antologia “Jornalismo: questões, teorias e histórias”, pela editora Vega em 1993, onde foram apresentados e traduzidos autores como Gaye Tuchman, David Manning White, Warren Breed, Philip Schlesinger, Michael Gurevitch, Jay Blumler ou ainda Michael Schudson e Hallin e Mancini, entre outros. Estes textos clássicos e fundadores dos estudos

sobre os Media e o Jornalismo eram, nessa altura, de difícil acesso à maioria dos alunos portugueses e constituíram, para uma geração de professores, investigadores e profissionais, as bases de reflexão sobre um campo de estudos em construção e para áreas profissionais em acelerada transformação.

A divulgação destes artigos e as pistas que trouxeram abriram, no início dos anos noventa, uma reflexão, em Portugal, sobre a notícia, as práticas jornalísticas nas redações, o papel das fontes, o poder do jornalismo na democracia, nomeadamente sobre as questões de agenda-setting. No panorama mediático em recomposição dos anos noventa, as leituras propostas pelo livro “Jornalismo: questões, teorias e histórias”, abriram, também, horizontes para a realização de estudos sobre as consequências e impactos da concorrência e da desregulação do mercado dos media na informação e na comunicação política, principalmente na cobertura de actos eleitorais.

Pesquisador atento às mudanças que se davam no panorama mediático português, com o início das atividades dos operadores privados de televisão, publicou trabalhos empíricos que permitem, volvidos cerca de trinta anos, reconstruir a história desse período. Os artigos como “A ‘Latinoamericanização’ da televisão portuguesa e mais dezanove tendências da nova era da concorrência” apresentado no Rio de Janeiro em 1994 (II Congresso Internacional de Jornalistas de Língua Portuguesa) ou “Portuguese Audio-visual Policy: Confronting the ‘90’s” apresentado no 77th Congress of the Association for Education in Journalism and Mass Communication (em 1994 e com Warren K. Agee), bem como o livro “Big Show Media” de 1997, são exemplos desta preocupação.

Em simultâneo, Nelson Traquina, desenvolve um trabalho constante com vista à autonomização do campo do jornalismo, publicando obras como “O Poder do Jornalismo” (Minerva, 2000), “O que é o Jornalismo” (Quimera, 2002), “Jornalismo Cívico” (em parceria com Mário Mesquita, Livros Horizonte, 2003), “A tribo jornalística: uma comunidade transnacional” (2004). No Brasil, e com enorme impacto nos estudos sobre o Jornalismo, Nelson Traquina publica em 2001 “O estudo do jornalismo no século XX” (Unisinos) e “Teorias do Jornalismo” (Insular, 2005). Os textos seleccionados de autores maioritariamente

anglo-americanos que publicou e o pensamento produzido sobre esses autores, pouco acessíveis aos estudantes e pesquisadores de língua portuguesa, tornaram os seus trabalhos incontornáveis no âmbito do ensino e da pesquisa em Jornalismo. Deste percurso dá conta o texto da professora brasileira Marialva Barbosa, que iremos referir posteriormente.

Convém, ainda referir, o papel de Nelson Traquina — quer como professor, quer como pesquisador — no desenvolvimento e consolidação, na década de noventa, de metodologias empíricas de investigação sobre os Media e o Jornalismo. Esta tarefa, que envolveu alunos de licenciatura, mestrado e doutoramento, foi empreendida com vista à sistematização de procedimentos e à incorporação, por parte dos estudantes e futuros pesquisadores e professores, de procedimentos metodológicos quantitativos e qualitativos consolidados internacionalmente neste campo de estudos. Exemplo deste trabalho é o livro coordenado por Traquina “O Jornalismo Português em Análises de Caso” (2001), que contou com a participação de Ana Cabrera, Cristina Ponte e Rogério Santos.

Como pesquisador, Traquina elegeu como área prioritária de investigação a análise da cobertura jornalística da problemática do VIH/Sida, tendo iniciado com muitos dos seus alunos uma temática de investigação que se mantém até hoje. Dentro desta área científica, é pertinente mencionar o estudo comparativo entre o Brasil, Estados Unidos, Espanha e Portugal, intitulado “Análise da cobertura jornalística de uma problemática” [in Traquina, N. (2004) “A tribo jornalística: uma comunidade transnacional”, pp. 125-184], não só pelos resultados obtidos e a conclusão apresentada, como pelo percurso metodológico perseguido. Na continuação do trabalho de Traquina e dos inúmeros artigos publicados em revistas portuguesas, brasileiras e internacionais, encontramos nesta obra um artigo colectivo que se centra neste tema.

Em 1997, Traquina funda com muitos dos seus ex-alunos e orientandos o Centro de Investigação Media e Jornalismo (CIMJ), com o objetivo de promover a pesquisa interdisciplinar sobre os Media e o Jornalismo. Trata-se de um marco importante na área das Ciências da

Comunicação, Estudos dos Media e Jornalismo. Os estatutos do centro, aquando da fundação, foram elaborados no sentido da participação equitativa de todos os sócios nas diversas assembleias, tendo em consideração o diminuto número de doutorados, o número elevado de doutorandos em fase final de apresentação das teses e as excepcionais trajectórias profissionais de muitos dos seus membros. O CIMJ foi concebido como um centro de investigação inter-universitário o que permitiu reunir, nesse período inicial, professores, investigadores, alunos de pós-graduação de diversas instituições universitárias, bem como profissionais de múltiplos órgãos de comunicação social.

Em concordância com a orientação desenhada por Traquina, as primeiras atividades visaram credibilizar a investigação sobre os Media, o Jornalismo e a Democracia, dando origem à primeira linha de investigação do centro, a qual coordenou até ao momento da sua aposentação, congregando os interesses de um conjunto alargado de membros. Posteriormente surgiram as linhas “História dos Media e do Jornalismo” e “Media, novas tecnologias e usos sociais”.

No início do milénio, Nelson Traquina promoveu a conferência internacional “Media, Jornalismo e Democracia”, onde estiveram presentes pesquisadores nacionais e internacionais. Esta conferência, bem como as pesquisas em curso, deram origem aos primeiros números da revista *Media & Jornalismo*, iniciada em 2002 e que contou na direcção com Nelson Traquina, Estrela Serrano e Cristina Ponte. Esta revista, que se encontra neste momento no número 20, conta no seu conselho editorial internacional pesquisadores que foram convidados pessoalmente pelo seu presidente, nomeadamente Elihu Katz (University of Pennsylvania (Estados Unidos), Jenny Kitzinger (Brunel University), Michael Schudson (University of California), Peter Golding (Loughborough University) ou, ainda, Thomas Patterson (University of Harvard). Em simultâneo, e dado os contactos existentes entre o presidente do CIMJ e seus colaboradores mais próximos com pesquisadores internacionais, foi possível contar nos números publicados com a participação de Daniel Dayan, David Buckingham, Doris Graber, Elihu Katz, James Stayner, Jean Chabaly, Joseph Maguire, Kees Brants, Lance Bennett, Mica Nava, Noel Nel, Pertti Alasuutari e Tho-

mas Patterson. Em simultâneo, e com a colaboração de Ana Cabrera, é iniciada a colecção de livros *Media & Jornalismo*, com o objectivo de divulgar a produção de membros do CIMJ, bem como dissertações, teses e pesquisas de reconhecido mérito.

No CIMJ, Traquina incentivou os pesquisadores a apresentar projectos à Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT) e a outras agências financiadoras. Tendo este objetivo como pano de fundo, o centro desenvolveu um conjunto de acções de formação e treino, no âmbito das metodologias quantitativas e qualitativas, convidando pesquisadores estrangeiros e especialistas nacionais. De referir que um dos primeiros projectos a ser apresentado à Fundação para a Ciência e Tecnologia, em 2002, foi coordenado por Traquina — “Elementos para a Teoria das Notícias: um estudo de caso sobre a mediação jornalística de um problema social-HIV/AIDS (2002-2004)” — e teve repercursões assinaláveis, como já anteriormente foi referido.

Deve-se ainda ao presidente do CIMJ o incentivo à divulgação internacional da pesquisa realizada pelos pesquisadores do centro em fóruns internacionais, tais como ECREA (European Communication Research and Education Association), ESA (European Sociological Association), IAMCR (International Association for Mass Communication Research), ICA (International Communication Association), INTERCOM (Associação Brasileira de Ciências da Comunicação), LUSOCOM (Associação Lusófona de Comunicação). Esta preocupação pela divulgação, nacional e internacional, do trabalho realizado no CIMJ, manteve-se ao longo dos anos em que Nelson Traquina presidiu à direcção do centro, reflectindo-se não só na colecção de livros — de assinalar a obra colectiva que coordenou em 2010 “Do chumbo à era digital”, *Livros Horizonte* — e na revista, como na organização de conferências internacionais.

Foram convidados a participar neste livro de Homenagem a Nelson Traquina investigadores que, em diferentes momentos da sua vida, com ele trabalharam ou participaram em atividades de docência e pesquisa. Alguns, como Eduardo Meditch da Universidade Federal de Santa Catarina, dados os compromissos profissionais assumidos, não

conseguiram viabilizar a sua participação.

A organização do livro teve em conta as áreas de influência e actuação de Nelson Traquina, como o impacto das suas teorias nos estudos sobre o Jornalismo — teorias da notícia e *agenda-setting* — temas desenvolvidos na perspectiva da comunicação política, ou ainda desdobramentos metodológicos das propostas apresentadas. Salientam-se os estudos de caso sobre a cobertura da IVG e do HIV/SIDA que constituem um tributo ao interesse demonstrado por Traquina, aos temas de intervenção social e cidadã. Note-se, ainda, que muitos destes textos são escritos por dois ou mais investigadores(as), reflectindo a capacidade de trabalho em parcerias, sempre acarinhada pelo homenageado, e a dinâmica dos projectos elaborados no CIMJ.

O primeiro texto desta obra é de autoria de Marialva Barbosa, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, e intitula-se “Nelson Traquina e as pesquisas em Jornalismo no Brasil”. A autora aborda a contribuição daquele professor para o desenvolvimento dos estudos sobre o Jornalismo no Brasil, nos últimos dez anos, e ressalta, recorrendo a dados estatísticos, o impacto das teorias e conceitos divulgados por Nelson Traquina na elaboração de teses e dissertações nas universidades brasileiras.

No segundo texto, Jorge Pedro de Sousa, da Universidade Fernando Pessoa, e Helena Lima, da Universidade do Porto, debruçam-se sobre “A teoria da noticiabilidade de Nelson Traquina aplicada a periódicos portugueses do século XVII – Os casos da Gazeta e do Mercúrio Português”, procurando explicitar que aqueles periódicos obedecem, tal como referia Traquina em 2002, a um padrão de notícia geral, estável e previsível, os quais determinariam os critérios de noticiabilidade.

O terceiro texto “Intellectualidade, autonomia e desprofissionalização: regresso a questões candentes” de Maria João Silveirinha e Carlos Camponez, ambos professores da Universidade de Coimbra, discute, a partir de postulados de Traquina sobre a profissão de jornalista, o papel dos intelectuais no espaço público. Constatando que o jornalismo está em profunda mutação, questionam o estatuto social e normativo dos jornalistas e intelectuais e observam a relação entre estes atores sociais e a opinião pública.

O artigo seguinte “A construção social da realidade e o jornalismo como profissão especializada” de João Carlos Correia, professor da Universidade da Beira Interior, enfatiza o legado de Traquina, principalmente os textos que este traduziu e publicou, e que lhe permitiram pesquisar a Fenomenologia Social a partir da leitura de Alfred Schutz. Sublinha, também, que aquelas leituras levaram a que a sua pesquisa se centrasse no papel do jornalismo na construção social da realidade, bem como na especificidade do discurso jornalístico e na problemática dos efeitos e da receção das mensagens jornalísticas.

No quinto texto “*Agenda-setting* e efeitos dos Media: o desenvolvimento paradoxal da teoria e o regresso a uma perspectiva comportamentalista” o professor da Universidade Nova de Lisboa, João Pissara Esteves, tendo como pano de fundo os trabalhos de Nelson Traquina, discorre sobre o agenda-setting e as suas consequências. O autor centra-se nos efeitos, principalmente nas possíveis incidências cognitivas e comportamentais.

No artigo “Eleições e Comunicação Política nas Democracias Ocidentais”, Isabel Ferin Cunha, da Universidade de Coimbra, e Rita Figueiras, da Universidade Católica Portuguesa, fazem uma revisão de literatura sobre as formas de cobertura jornalística das Eleições e a evolução da Comunicação Política nas democracias ocidentais. Os autores salientam o papel dos media, sobretudo da televisão, como fontes únicas de informação, sublinhando a dimensão infoentretenimento da comunicação política, e chamam a atenção para a crescente importância da Internet e das redes sociais.

No texto colectivo “Do Parlamento para os jornais: reflexos mediáticos dos debates da IVG em 20 anos de democracia portuguesa” as pesquisadoras do CIMJ Ana Cabrera, Teresa Mendes Flores, Carla Martins e Maria José Mata, analisam a cobertura jornalística dos debates sobre a IVG (Interrupção Voluntária da Gravidez) na Assembleia da República em 1984, 1997 e 1998. O foco deste artigo são as representações na imprensa das deputadas parlamentares que protagonizaram aquela discussão.

No trabalho seguinte, intitulado “O Dia Mundial da Sida de 2011. Revisitando Elementos para uma Teoria da Notícia”, da autoria das

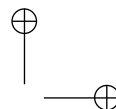
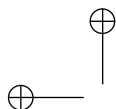
investigadoras do CIMJ, Cristina Ponte, Marisa Torres da Silva e Vanda Calado, discutem-se os resultados obtidos no projecto coordenado por Nelson Traquina, “Elementos para uma Teoria da Notícia: Análise da Mediação Jornalística portuguesa de um problema social – VIH/Sida”, iniciado em 2002, a partir de uma outra investigação realizada em 2011. Esta “revisitação” incide na análise do conteúdo das peças com referência ou no âmbito do Dia Mundial da Sida e pretende aferir diferenças de cobertura, passados os anos de pandemia.

Estrela Serrano, investigadora e atual presidente do CIMJ, no texto “Alguns pressupostos teóricos para uma análise do jornal televisivo” reflete sobre três dimensões da informação televisiva: a imagem, o texto e o som. Com este objectivo criou categorias analíticas e aplicou-as a peças televisivas seleccionadas, de forma aleatória, de acontecimentos nacionais e internacionais, pretendendo explorar a ideia de que a análise de televisão deve “procurar a relação entre os elementos do jornal televisivo e não a análise de cada um per si.”

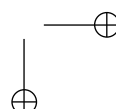
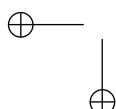
No artigo “Das crises aos desafios do Jornalismo na era pós-Wikileaks” da autoria do professor da Universidade Nova de Lisboa, Francisco Rui Cádima, analisa-se o impacto da Wikileaks no jornalismo e no sistema mediático globalizado. Neste texto, o autor enfatiza as questões do segredo e da transparência, bem como das acessibilidades num momento em que se põe em questão, em benefício de novos poderes económicos e financeiros em ascensão, o segredo de Estado e as estruturas especializadas de comunicação política que o envolvem.

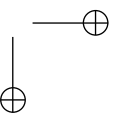
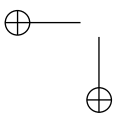
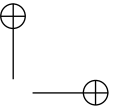
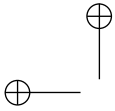
O último texto desta colectânea, intitulado “Rádio Portuguesa na década de 1960. A revista Antena (1965-1968) e a promoção da rádio”, de Rogério Santos, professor da Universidade Católica Portuguesa, apresenta um estudo de caso histórico sobre a rádio portuguesa. O texto analisa a rádio a partir da “leitura crítica de notícias, artigos e reportagens publicadas na revista Antena (1965-1968)”.

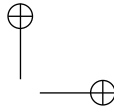
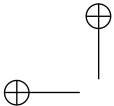
Em síntese, esta colectânea de doze artigos, onde participam ex-alunos e atuais colegas e colaboradores de diversas instituições, reflecte, de forma indiscutível o legado do Professor Nelson Traquina aos estudos dos Media e Jornalismo. O livro constitui igualmente um balanço das tendências e campos de investigação que constituíram



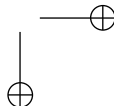
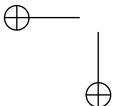
a matriz do CIMJ, no período em que Nelson Traquina presidiu aos seus destinos.







CAPÍTULO 1



Nelson Traquina e as pesquisas em jornalismo no Brasil

Marialva Carlos Barbosa¹

A explosão das pesquisas em jornalismo no Brasil, sobretudo, a partir da última década do século XX, com a expansão dos estudos pós-graduados em Comunicação, nos quais diversos deles incluem especificamente linhas de pesquisas voltadas para o estudo dos processos e das práticas jornalísticas, significou a expansão da base teórica de que se nutriram esses trabalhos. Nesse cenário, a influência de Nelson Traquina, que mesmo à distância, através da produção de livros fundamentais, despertou também o gosto pela temática em jovens investigadores brasileiros, foi decisiva.

Após a circulação do pioneiro livro organizado por ele **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**, na década de 1990, pode-se dizer que quase todas as teses e dissertações produzidas sobre o campo do jornalismo no âmbito das Pós-Graduações incluem como base teórica privilegiada as reflexões do autor. Por outro lado, autores norte-americanos até então desconhecidos (ou pouco conhecidos) da comunidade acadêmica de maneira mais geral, como Breed, Tuchman, Dardenne, todos com textos publicados na coletânea de 1993, passaram a referências obrigatórias (muitas vezes a partir de Traquina) nas citações presentes nessas pesquisas.

¹ Marialva Carlos Barbosa é Professora Titular de Jornalismo da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Professora Titular de Jornalismo aposentada da Universidade Federal Fluminense (UFF), é vice-presidente da INTERCOM, tendo sido também Diretora Científica da sociedade científica (2008-2011). Foi Presidente da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (ALCAR). É pesquisadora do CNPq.

Podemos dizer sem medo de estar exagerando que das 4.697 teses e dissertações constantes no Banco de Teses da CAPES, de 1987 a 2010, que possuem como temática o jornalismo, aquelas que foram produzidas, sobretudo, nos anos 2000 acrescentaram em seus aportes teóricos a contribuição de Nelson Traquina para os Estudos de Jornalismo.

Inicialmente era nosso objetivo analisar todas as teses e dissertações que nos últimos dez anos usaram os referenciais teóricos de Traquina. Frente à grandiosidade do número de trabalhos defendidos tendo como temática central o jornalismo nos Programas de Pós-Graduação brasileiros na primeira década do século XXI, tornou-se impossível fazer esta análise. Optamos, então, por aprofundar a forma como as contribuições de Nelson Traquina vêm sendo utilizadas em algumas pesquisas, priorizando 4 teses de doutorado e 11 dissertações de mestrado que explicitam no resumo a intenção de trabalhar com o autor. É basicamente esse percurso que trilharemos a seguir. Mas antes convém dimensionar brevemente o que estamos denominando explosão das pesquisas em jornalismo no Brasil.

Explosão dos Estudos de Jornalismo

O Banco de Teses e Dissertações da CAPES registra 4.697 teses e dissertações tendo como referência o jornalismo, desde 1987, ano em que a instituição começa a disponibilizar as pesquisas defendidas nas pós-graduações brasileiras. Fazendo um levantamento mais sistemático, observamos que enquanto em 1990 apenas 28 teses e dissertações tinham o jornalismo como tema, esse número atingia a cifra de 469 teses e dissertações vinte e dois anos depois².

Observando-se apenas os números do século XXI, constatamos que o jornalismo passa a ser tema de centenas de pesquisas e que esta explosão ocorre exatamente nos anos 2000. É nítido também no gráfico a seguir o aumento exponencial dessa temática, que vem expandindo-se de maneira constante desde 2002. Naquele ano foram 289 teses e dissertações que tinham como objeto reflexivo o jornalismo. No ano seguinte, este número chegava a 274. Em 2004, ingressava-se na casa das 300

² <http://www.capes.gov.br/servicos/banco-de-teses>. Último acesso em 20/01/2012.

teses e dissertações: naquele ano foram 324 trabalhos, no ano seguinte 388 e em 2006, 416.

Nos três últimos anos da primeira década do século XXI, essa expansão prosseguiu: em 2007 foram 100 teses sobre jornalismo defendidas; em 2008, 91; e em 2009, 88. O número de dissertações de mestrado também aumentou de maneira considerável: enquanto, em 2000, foram 167 dissertações, em 2007, ultrapassava-se a cifra de 300, atingindo 332 trabalhos. No ano seguinte, foram 386 dissertações e em 2009 mais 381.

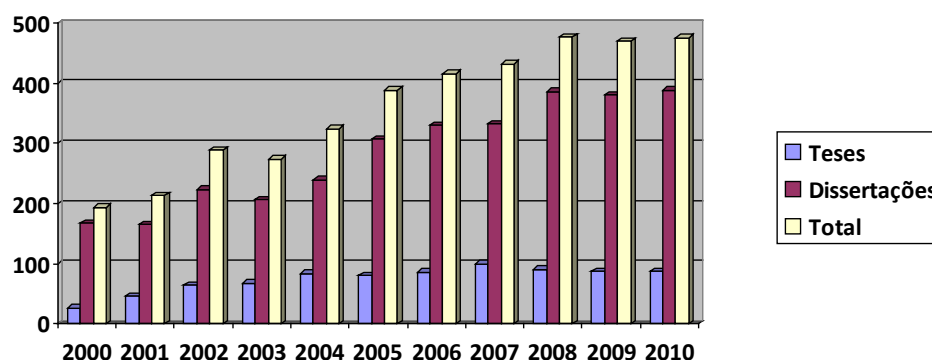


Gráfico 1: Teses/Dissertações sobre Jornalismo – Brasil (2000-2010)

Fonte: Banco de Teses e Dissertações da Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior). Último acesso em 20/01/2012.

Nesses trabalhos, alguns textos de Nelson Traquina são referências quase que obrigatórias. Utilizando-se a síntese do Google Acadêmico, observamos que as obras mais citadas nas teses e dissertações são **Teorias do Jornalismo (Vol. 1 e 2)**; **O estudo do jornalismo no século XX** e o pioneiro, do ponto de vista das referências ao autor no Brasil, **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. O Gráfico a seguir apresenta numericamente as obras de Traquina mais citadas por pesquisadores brasileiros.

Ocupando os três primeiros lugares da lista encontram-se duas obras editadas no Brasil e uma que não possui edição no país: **Teorias do jor-**

nalismo, volume 1, publicado pela Insular em 2005 ocupa o primeiro lugar na lista, seguido do livro **O estudo do jornalismo no século XX**, editado pela Unisinos, em 2001. Em terceiro lugar, muito provavelmente pelo fato de a edição estar esgotada já há alguns anos, havendo dificuldades na sua aquisição, figura o já clássico **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**, livro publicado em Portugal pela Vega, em 1993.

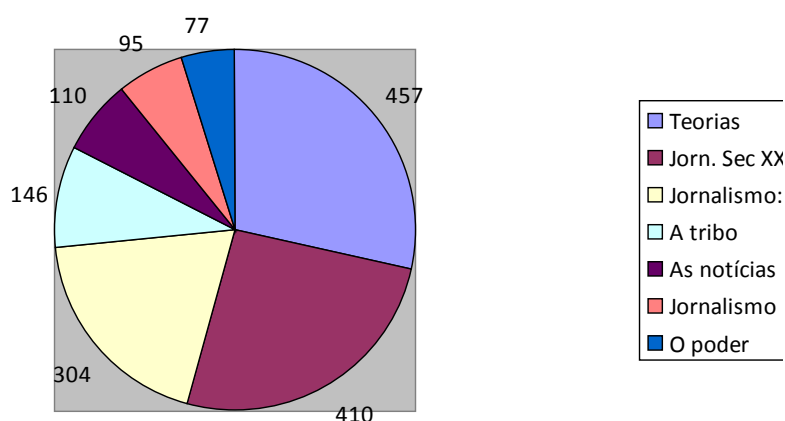


Gráfico 2: Textos de Traquina mais citados no Brasil

Fonte: Fonte: Google Acadêmico. <http://scholar.google.com.br/scholar?q=nelson+traquina&hl=pt-BR&btnG=Pesquisar&lr=Último acesso em 20/01/2012>.

A problemática da identidade dos jornalistas, incluída nas reflexões em torno das Sociologias das Profissões, que vem sendo objeto de estudos sistemáticos em alguns programas de pós-graduação, faz emergir o referencial teórico do autor em torno dos jornalistas como comunidade transnacional, problemática expressa também no livro editado pela Insular, em 2005, **A tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional**.

Em quinto lugar entre os textos mais citados figura “As notícias”, um dos capítulos do livro organizado por Nelson Traquina, **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**, o primeiro a ser referenciado em grande

escala no Brasil, a partir do final dos anos 1990, como já destacamos anteriormente.

E, finalmente, na lista estão ainda dois outros textos fundamentais do autor: **Jornalismo**, editado pela Quimera, em 2002, e **O Poder do Jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento**, editado pela Minerva, em 2000. Somando-se apenas esses sete textos mais citados, chega-se a 1599 citações em trabalhos acadêmicos produzidos no Brasil.

Essas cifras são definitivas para mostrar a importância das reflexões do autor na construção das teorias do jornalismo também no Brasil, agrupando em torno dessa problemática uma pluralidade de visões e de argumentações. Se as questões do agendamento do jornalismo e da objetividade como ritual estratégico são, num primeiro momento, os aportes mais buscados pelos pesquisadores, a definição do ser jornalista num mundo marcado por transformações nas dimensões temporais e espaciais vai gradativamente dividindo o espaço com as temáticas até então privilegiadas.

Tomando como base apenas as 453 teses e dissertações da área de Comunicação, de maneira ampla, defendidas em 2007, no estudo bibliométrico realizado por Kunsch (2009), Nelson Traquina aparece citado 76 vezes em 40 trabalhos. No mesmo estudo, mas considerando os trabalhos apresentados no âmbito do Congresso anual da INTERCOM, o mais representativo da área de Comunicação realizado no Brasil e que naquele ano reuniu 3099 participantes em Brasília (DF), as referências a Traquina são ainda mais expressivas: entre os 20 autores mais citados, ele aparece em 14º lugar, à frente de Umberto Eco, Walter Benjamin, Gilles Deleuze, Armand Mattelart e J. Habermas. Considerando-se os autores que claramente teorizam sobre o jornalismo, Traquina aparece como primeiro representante na lista, considerando-se os 20 primeiros referenciados (Ver Quadro II, ao final do capítulo).

E que referências são essas?

Tomando por base as 15 pesquisas (quatro teses e onze dissertações) que citam explicitamente nos resumos Nelson Traquina como base teórica escolhida, podemos generalizar, a partir dessa amostragem, algu-

mas conclusões sobre a contribuição de Nelson Traquina para o adensamento das pesquisas em torno da mídia e do jornalismo no Brasil.

Analisando com maior profundidade as 15 pesquisas, enumeradas no Quadro a seguir, observamos que na ordem de prioridade as reflexões sobre o fazer jornalístico, a definição do que é jornalismo, a relação entre o campo político e o campo midiático e, finalmente, a revisão conceitual da hipótese da agenda setting, construída por McCombs (1972), são as teorias mais referenciadas.

Quadro 1
Teses e Dissertações – Palavra Chave Nelson Traquina

Autor	Título	Nível/ Área/ Ano defesa	Instituição/ Estado/ Orientador
Ângela Cristina T. Felipi	Jornalismo e identidade cultural construção da identidade gaúcha em Zero Hora	Doutorado Comunicação 2006	PUCRS Rio Grande do Sul Ana Carolina Escosteguy
Celia Regina Trindade Chagas Amorim	Jornal Pessoal: uma metalinguagem jornalística na Amazônia	Doutorado Comunicação 2008	PUCSP São Paulo José Amálio de Branco Pinheiro
Ivone Maria Cassol	Mídia, partido do século 21? Uma visão hermenêutica do jornalismo e da política brasileira contemporânea	Doutorado Comunicação 2007	PUCRS Rio Grande do Sul Beatriz Corrêa Pires Dornelles
Paula Casari Cundari	Limites da liberdade de expressão: Imprensa e Judiciário no “Caso Editora Revisão”	Doutorado Comunicação 2007	PUCRS Rio Grande do Sul Antonio Carlos Hohlfeldt
Ayne Regina Gonçalves Salviano	O civic journalism como estratégia comunicacional nos veículos impressos do interior de São Paulo: o caso do Jornal de Jales	Mestrado Comunicação 2009	PUCSP São Paulo José Luiz Aidar Prado

Celso Moreira de Mattos	Imprensa e Câmara: um estudo sobre o agendamento	Mestrado Comunicação 2005	UNESP Bauru (SP) Antonio Carlos de Jesus
Cybeli Almeida Moraes	Edição de Fotografia no Jornal Zero Hora: entre a produção, a recepção e o produto	Mestrado Comunicação 2007	UNISINOS Rio Grande do Sul Fabrício Lopes da Silveira
Débora de Paula Falco	Identidades em trânsito na narrativa jornalística: percepções dos deslocamentos contemporâneos de turistas e migrantes	Mestrado Comunicação 2010	UFJF Juiz de Fora (MG) Claudia Regina Lahni
Denise Maria Mantovani	A cobertura jornalística do Bolsa Família – Um estudo de caso da interação entre os campos político e jornalístico	Mestrado Ciência Política 2009	UNB Brasília (DF) Flávia Millena Tokarski
Eduardo Terres Leães	Coluna Política e Agendamento: A “Página 10” do Jornal Zero Hora	Mestrado Comunicação 2009	PUCRS Rio Grande do Sul Neusa Demartini Gomes
Joyce da Silva Souza	Cibercultura e blogosfera: a significação dos blogs no jornalismo contemporâneo	Mestrado Comunicação 2010	PUCSP São Paulo Eugênio Rondini Trivinho
Marcos Vicente Coffani Lock	Notícia participativa e o reposicionamento das fontes - estudo de caso: São José do Rio Preto	Mestrado Comunicação 2005	UNESP Bauru (SP) Antonio Carlos de Jesus
Mário Novelino Alonso Soler	Quem pauta a pauta: um estudo de caso sobre o Tem notícias, primeira edição	Mestrado Comunicação 2005	UNESP Bauru (SP) Ana Sílvia Médola
Silvia Reina Bassetto	Jornalismo impresso na era da internet como funciona a redação do jornal Correio do Estado, de Campo Grande, Mato Grosso do Sul.	Mestrado Comunicação 2008	UNESP Bauru (SP) Antonio Carlos de Jesus
Telma Maria da Silva	A representação da Fundação Assisense de Cultura – FAC- na Mídia Impressa.	Mestrado Comunicação 2008	UNIMAR Marília (SP) Linda Bulik

Fonte: <http://www.capes.gov.br/servicos/banco-de-teses>. Último acesso em 20/01/2012.

Em relação às teses de doutorado referidas no quadro anterior, convém mostrar um pouco mais detalhadamente a apropriação que os autores fazem de Nelson Traquina. Fica clara a importância de suas reflexões para a sedimentação das teorias do jornalismo, para a definição do próprio jornalismo como fazer específico e para o adensamento da análise jornalismo e política.

Angela Felippi, em **Jornalismo e Identidade Cultural** (2006), procura compreender aquilo que denomina fazer jornalístico no jornal Zero Hora de Porto Alegre (Rio Grande do Sul), mostrando como o próprio processo produtivo do periódico contribui para o que chama identidade cultural gaúcha. Para isso se vale de diversos aportes conceituais, e no que se refere às teorias do jornalismo inclui como referência central algumas obras do autor. Partindo do pressuposto de que o jornalismo no processo de construção da realidade, “pode criar ou reelaborar as identidades culturais”, parte da reflexão contida na obra de Traquina de que o jornalismo organiza os acontecimentos, sendo as notícias resultados de um processo de produção complexo, “definido como a percepção, a seleção e a transformação da matéria prima acontecimento no produto notícia” (p. 14). Outra referência utilizada pela autora é a adoção das categorias do livro **A tribo jornalística** (2005), isto é, cultura jornalística, valores-notícias e rotinas de produção.

Ao longo das quase 200 páginas da tese, os referenciais teóricos sobre o jornalismo e os jornalistas, enquanto comunidades interpretativas historicamente construídas e localizadas, vão se encadeando, formando um arcabouço teórico que se transmuta em arcabouço de sentido fundamental. Do ponto de vista das obras do autor, a pesquisa cita não apenas três de seus livros mais referenciados no Brasil (**Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**; **O estudo do jornalismo no século XX** e **A tribo jornalística** – uma comunidade transnacional), como também dá a ver outros autores a partir de coletâneas organizadas por ele, como a publicada pela Revista Comunicação e Linguagens, em 2000.

Utilizando um aporte conceitual totalmente diverso, Célia Regina Amorim, em **Jornal Pessoal: uma metalinguagem jornalística na Amazônia**, estuda um jornal de Belém (Pará) a partir do pressuposto

de que a publicação “faz metalinguagem jornalística assentada nos princípios da verdade, da ética, da liberdade e do fazer jornalístico de rua” (2008, p. 11). De Traquina usa especificamente as reflexões em torno da historicidade dos processos jornalísticos, sobretudo no que diz respeito ao aparecimento do jornalismo de informação, à construção do ideal de objetividade e à visão da importância do jornalismo no reforço da cidadania, através do que o autor chama jornalismo cívico (2005). Apesar de usar apenas uma obra do pesquisador – **O estudo do jornalismo no século XX** – Amorim cita o pesquisador 11 vezes, sobretudo no capítulo em que define o que denomina metalinguagem jornalística.

O terceiro trabalho que mereceu um olhar mais aprofundado é o de Ivone Maria Cassol, denominado **Mídia, partido do século 21? Uma visão hermenêutica do jornalismo e da política brasileira contemporânea** (2007). Partindo da visão frequentemente repetida de que os meios de comunicação de massa atuariam como partidos políticos, a pesquisa procura investigar “o que acontece na mídia e no mundo político atual para fazer prosperar a idéia”. Para responder à pergunta central (a mídia seria o grande partido político do século XXI?), a autora desenvolve o estudo a partir de uma visão hermenêutica, incluindo Nelson Traquina entre os autores para a sua análise dos noticiários da Rede Globo, do jornal Folha de São Paulo e da revista Veja. O pesquisador fornece toda a fundamentação teórica sobre a questão do agendamento (agenda-setting) e do modo e produção (newsmaking) (CASSOL, 2006, p. 8). A autora mostra como Traquina refaz o paradigma conceitual da agenda-setting, e a densidade das análises do pesquisador ao realizar sua minuciosa reflexão sobre o campo jornalístico.

Usando basicamente a obra organizada por Traquina em 1993, o livro **Teorias do Jornalismo** (2004), além do artigo “O paradigma do Agenda Setting”, publicado na Revista Comunicação em Linguagens (1995), a autora o cita 21 vezes ao longo da tese. Todo o capítulo 2, denominado “Hermenêutica como método” e, sobretudo, o subitem no qual procura estabelecer o percurso de construção do paradigma do agenda setting, é baseado nas análises do pesquisador.

E, finalmente, a última tese a referenciar Traquina como chave de análise é a de Paula Casari Cundari, realizada no âmbito do Programa

de Pós-Graduação em Comunicação da PUC do Rio Grande do Sul. Intitulada **Limites da liberdade de expressão: imprensa e judiciário no “Caso Editora Revisão”** (2007), a tese procura, em linhas gerais, perceber de que forma a imprensa e o Poder Judiciário visualizam os “limites da liberdade de expressão”. Na interseção entre Comunicação e Direito, a pesquisa adota a perspectiva da hipótese de agendamento como uma das chaves reflexivas, desde a formulação de Maxwell McCombs (1972) até os seus desdobramentos, incluindo as revisões posteriores de Nelson Traquina (2001). Cundari também realiza diálogos autorais sobre a questão da liberdade de imprensa usando a análise que o autor faz da compreensão histórica do conceito imprensa livre.

Tal como os trabalhos anteriores, a autora se vale das idéias e reflexões de Nelson Traquina contidas em três trabalhos seminais: **O estudo do jornalismo no século XX** (2001), **Teorias do Jornalismo**, porque as notícias são como são (2005) e a edição brasileira de **A tribo jornalística** também de 2005.

Considerações Finais

Os dados apresentados anteriormente deixam evidente a importância dos estudos de Nelson Traquina para o que estamos denominando adensamento das pesquisas em torno do campo jornalístico no Brasil. Se a recorrência como o pesquisador é citado é índice suficiente da importância desses estudos, a forma como analisou as práticas e processos envolvidos no fazer jornalístico, procurando traduzir essas reflexões numa teoria específica, foi fundamental para o lugar estratégico que o jornalismo ocupa hoje no cenário das pesquisas em comunicação.

Baseadas a maioria das vezes em teorias com pouca densidade, que repetiam argumentos muitas vezes idealizados no próprio mundo do jornalismo, as pesquisas até os anos 1990 pouco tinham avançado e muito menos eram plenamente reconhecidas como saber científico. A disputa existente, nos anos 1990, entre o campo mais amplo da Comunicação e o do Jornalismo, o mais importante lugar reflexivo da área de Comunicação, reunindo o maior número de pesquisas e sendo tam-

bém as que possuem maior tradição histórica, levou os pesquisadores a se reunirem da maneira mais orgânica, para que o jornalismo fosse referenciado como lugar de produção de saber teórico específico.

A criação da SBPJor, em 2003, o início de funcionamento do primeiro Mestrado em Jornalismo no Brasil, na UFSC, foi precedida pela sistematização de maneira orgânica das teorias do jornalismo como um sub-campo de conhecimento. Tudo isso, no nosso entender, faz parte de um mesmo movimento de reconhecimento da legitimidade dos estudos da área, processo que ocupa o cenário científico brasileiro há várias décadas³.

Entretanto, sem a constituição de maneira sistematizada de um lugar teórico – sob a égide de um nome (Teorias do Jornalismo) – nada disso seria possível. E é nesse sentido, como mostramos ao longo do texto, que o papel de Nelson Traquina nos estudos d'além-mar foi imprescindível. Através de seus livros, as teorias emanadas da visão etnográfica e construtivista elaboradas sistematicamente por pesquisadores norte-americanos, além da que ele mesmo produziu, se constituíram num todo orgânico e puderam ser legitimadas com lugar próprio de fala.

Portanto, para além da importância teórica dos seus estudos, observa-se que o legado que deixou do ponto de vista dos estudos de jornalismo no Brasil foi também de natureza política: tornando-se uma espécie de porta-voz das teorias do jornalismo, Traquina forneceu argumentos aos pesquisadores brasileiros para se reconhecerem como produtores de um saber científico. O jornalismo não é mera prática: é um processo de comunicação configurado em sistemas específicos, com produtores que possuem um lugar histórico de fala e que exercem papel fundamental na construção daquilo que denominamos real pre-

³ Sobre a SBPJor e os estudos de jornalismo, cf. Machado (2010). Nesse texto, muito apropriadamente, Machado reconhece a importância dos pioneiros na realização de pesquisas em torno do jornalismo, citando, entre outros, Alceu Amoroso Lima, Barbosa Lima Sobrinho, Carlos Rizzini, Luiz Beltrão, José Marque de Melo, Nilson Lage, Cremilda Median, Muniz Sodré, Luiz Gonzaga Motta, Juarez Bahia, Ciro Marcondes Filho e Adelmo Genro Filho. “Sem as ações destes desbravadores para a legitimação do Jornalismo como objeto digno de atenção acadêmica, acrescenta Machado, dificilmente se conseguiria, anos depois, a fundação de uma sociedade científica especializada” (p.123).

sumido, para outros agentes que a partir desse mundo ampliem seu próprio mundo.

Bibliografia

AMORIM, Célia Regina (2008). *Jornal Pessoal: uma metalinguagem jornalística na Amazônia*. Doutorado em Comunicação: PUCSP.

CAPES. Banco de Teses e Dissertações. <http://www.capes.gov.br/servicos/banco-de-teses>. Último acesso em 20/01/2012.

CASSOL, Ivone Maria (2007). *Mídia, partido do século 21? Uma visão hermenêutica do jornalismo e da política brasileira contemporânea*. Doutorado em Comunicação. Tese: PUCRS.

CUNDARI, Paula Casari (2007). *Limites da liberdade de expressão: imprensa e judiciário no “Caso Editora Revisão”*. Doutorado em Comunicação. Tese: PUCRS.

FELIPPI, Angela (2006). *Jornalismo e Identidade Cultural. Construção da identidade gaúcha em Zero Hora*. Doutorado em Comunicação. Tese: PUCRS.

KUNSCH, Margarida (2009). *O campo da comunicação em suas referências: experimento metodológico para a produção de indicadores bibliométricos*. Relatório Final: São Paulo. Vol. 2.

MACHADO, Elias (2010). “SBPJor: uma conquista dos pesquisadores em Jornalismo”. In: CASTRO, Daniel; MELO, José Marques de; CASTRO, Cosette. *Panorama da comunicação e das telecomunicações*. Vol. 2. Brasília: IPEA.

McCOMBS, Maxwell e SHAW, Donald L (1972). “The agenda-setting function of mass media”. *Public Opinion Quarterly*, v. 36, n. 2, p. 176-87.

TRAQUINA, Nelson (1993). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega.

TRAQUINA, Nelson (1995). “O Paradigma do Agenda Setting, Redescoberta do Poder do Jornalismo”. In: *Revista de Comunicação e Lin-*

Livros LabCom

guagens - Comunicação e Política. Lisboa: Edições Cosmos, n.ºs 21/22.

TRAQUINA, Nelson (2000). O Poder do Jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento. Coimbra: Minerva.

TRAQUINA, Nelson (2001). O estudo do jornalismo no século XX. São Leopoldo: Unisinos.

TRAQUINA, Nelson (2002). Jornalismo. Lisboa: Quimera.

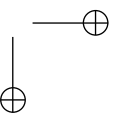
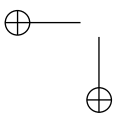
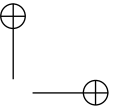
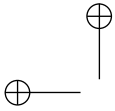
TRAQUINA, Nelson (2005). Teorias do jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Vol. 2. Florianópolis: Insular, 2005

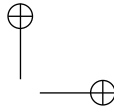
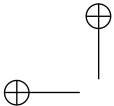
TRAQUINA, Nelson (2005). Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são. Vol. 1. Florianópolis: Insular.

Quadro II
Autores internacionais citados nas produções
acadêmicas brasileiras de 2007

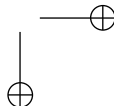
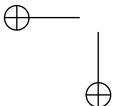
Autores / Âmbitos	Compós		Intercom		Teses/ Dissertações		Total	
	Cit.	Trab.	Cit.	Trab.	Cit.	Trab.	Cit.	Trab.
Foucault, Michel	20	16	61	42	305	112	386	170
Morin, Edgar	9	6	65	44	297	121	371	171
Deleuze, Gilles	37	18	42	26	258	76	337	120
Martin-Barbero, Jesús	15	11	91	68	206	112	312	191
Lévy, Pierre	9	7	75	52	188	95	272	154
Bourdieu, Pierre	18	15	87	55	163	97	268	167
Barthes, Roland	7	6	54	40	189	99	250	145
Hall, Stuart	12	10	86	67	139	96	237	173
Castells, Manuel	10	8	74	58	152	100	236	166
Eco, Umberto	10	7	44	30	169	93	223	130
Baudrillard, Jean	18	9	40	34	164	91	222	134
Bauman, Z.	19	9	47	36	140	69	206	114
Bakhtin, M	8	7	51	38	146	67	205	112
García Canclini, Néstor	11	8	63	49	118	73	192	130
Benjamin, Walter	14	12	29	28	142	102	185	142
Maffesoli, Michel	10	5	28	17	145	60	183	82
McLuhan, Marshal	2	2	48	34	120	89	170	125
Mattelart, Armand	4	2	38	24	110	87	152	113
Habermas, Jürgen	14	8	31	20	102	50	147	78
Guattari, Félix	15	7	19	18	100	50	134	75
Aumont, Jacques	3	3	11	9	117	70	131	82
Greimas, Algirdas J.	5	3	10	6	114	40	129	49

Fonte: Kunsch (2009), p. 306.





CAPÍTULO 2



A teoria da noticiabilidade de Nelson Traquina aplicada a periódicos portugueses do século XVII – Os casos da *Gazeta* e do *Mercúrio Português*¹

Jorge Pedro Sousa² e Helena Lima³

As publicações noticiosas periódicas editadas em Portugal no século XVII – a *Gazeta* apelidada “da Restauração” e o *Mercúrio Português* – podem considerar-se antepassadas dos jornais portugueses contemporâneos. Investigações anteriores (Cunha, 1941, pp. 35-63; Dias, 2006, pp. XIX-LXXIV; Sousa, coord., et al., 2007; Dias, 2010, pp. XXIII-CLXXXIII; Sousa, coord. et al, 2011) demonstram que essas publicações, surgidas no âmbito de um intenso movimento editorial europeu (Stephens, 1988, pp. 149-151; Fang, 1997, p. 31; Braojos

¹ Pesquisa apoiada pela Fundação para a Ciência e Tecnologia e com co-financiamento da União Europeia através do QREN, programa COMPETE, fundos FEDER. Projecto PTDC / CCI-JOR/110038/2009 e FCOMP-01-0124-FEDER-0114347.

² Professor catedrático de Jornalismo na Universidade Fernando Pessoa (Porto) e investigador do Centro de Investigação Media e Jornalismo (Lisboa). Doutorou-se na Universidade de Santiago de Compostela (1997), onde também desenvolveu investigação pós-doutoral (1999-2001). Agregou-se na Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (2008). Investiga sobre história do jornalismo, análise do discurso jornalístico e fotojornalismo.

³ Professora auxiliar da Universidade do Porto e investigadora do Centro de Investigação Media e Jornalismo (Lisboa). Mestre em História pela Universidade do Porto (1999) e Doutora em História com doutorado na mesma universidade (2008). Tem desenvolvido investigação nas áreas da história do jornalismo, novas tendências do jornalismo e ciberjornalismo.

Garrido, 1999, pp. 16-33; Guillamet, 2004, pp. 43-76), possuíam características que se podem considerar jornalísticas, como sendo a periodicidade, o carácter noticioso, a índole universal do noticiário (no sentido de ser um noticiário *generalista* capaz de interessar a uma *universalidade* de destinatários), a *actualidade* da informação disponibilizada e o facto de *publicitarem* (no sentido de *tornarem pública*) a informação (cf. Groth, 1960), bem como a existência de um título para a publicação que se mantém ao longo do tempo e lhe confere identidade (cf. Stephens, 1988, p. 150). Nessas publicações, tanto quanto nas actuais, importa aclarar quais os valores imanescentes às matérias noticiosas publicadas e, em especial, quais as características que ditaram a sua *inclusão* – e não a sua *exclusão* – nos periódicos em causa. Por outras palavras, importa aclarar a sua *noticiabilidade*, objectivo do presente trabalho.

Nelson Traquina (2002, p. 276) explicita que “as notícias apresentam um ‘padrão’ geral bastante estável e previsível”, sendo a “previsibilidade do esquema geral das notícias” decorrente da “existência de critérios de noticiabilidade”. A idêntica conclusão tinha chegado Stephens (1988, pp. 33-35). Provando que os temas das notícias dos primeiros periódicos continuam, em grande medida, a ser os temas das notícias no jornalismo actual, Traquina (2002, pp. 174-176) relembra, aliás, que as notícias sobre celebridades, assassinios, catástrofes, acontecimentos insólitos, guerras e batalhas, heróis e trocas comerciais, entre outros temas, sempre tiveram lugar nos jornais, desde o século XVII. A *noticiabilidade* seria, assim, de acordo com Nelson Traquina (2002, p. 173):

(...) o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, de possuir valor como notícia. Assim, os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou um assunto, são susceptíveis de se tornar notícia, isto é, serem julgados como transformáveis em matéria noticiável, por isso, possuindo “valor-notícia” (...).

Baseado em Galtung e Ruge (1965), Ericson, Baranek e Chan (1987) e Wolf (1987), Nelson Traquina (2002, p. 186), lembrando Bourdieu (1997, p. 12), nota que existem dois tipos de critérios de noticiabilidade: (1) os critérios de *selecção*; e (2) os critérios de *construção*.

Livros LabCom

(...) os valores-notícia de selecção referem-se aos critérios que os jornalistas utilizam na selecção de um acontecimento (...). Os valores-notícia de selecção estão divididos em dois subgrupos: a) os critérios substantivos que dizem respeito à avaliação directa do acontecimento em termos da sua importância ou interesse como notícia, e b) os critérios contextuais que dizem respeito ao contexto de produção da notícia. Os valores-notícia de construção são qualidades da sua construção como notícia e funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário nessa construção. (Traquina, citando Wolf, 2002, pp. 186-187)

Segundo Traquina (2002, pp. 187-196), os valores-notícia de selecção são: morte; notoriedade; proximidade; relevância (ou impacto); novidade; factor tempo - actualidade, cabide noticioso⁴; notabilidade⁵; surpresa; conflito ou controvérsia; a infracção (de normas); e o escândalo⁶. Os valores-notícia de selecção contextual são: a disponibilidade do acontecimento, ou seja, a facilidade com que é possível fazer a sua cobertura; o equilíbrio do noticiário⁷; o potencial de cobertura em imagem (não aplicado, obviamente, ao jornalismo português do século XVII); concorrência (também não existia entre os periódicos seiscentistas portugueses); e dia noticioso⁸ (critério igualmente não aplicável ao jornalismo português do século

⁴ O tempo funciona como cabide noticioso quando é pretexto para determinadas notícias. Por exemplo, o Dia Mundial da Criança pode servir para a produção de matérias sobre crianças. Não é um critério relevante para explicar a selecção de acontecimentos noticiados nos periódicos do século XVII.

⁵ Para Traquina (2002: 190-191) existem vários registos de notabilidade: a tangibilidade (o acontecimento tem de ser tangível, razão pela qual o jornalismo é orientado para factos delimitáveis e não para problemáticas), o número de pessoas envolvidas ou afectadas, a inversão da normalidade (o homem que morde o cão), o insólito, a falha, o excesso ou escassez de acontecimentos.

⁶ Traquina (2002, p. 193) refere-se ao escândalo mediático do tipo Watergate, correspondente à actuação do jornalista como “cão-de-guarda” da democracia.

⁷ O noticiário deve ser tematicamente variado, mesmo que acontecimentos pouco importantes sobre um determinado tema possam ser seleccionados em detrimento de acontecimentos importantes de um segundo tema se existirem poucos acontecimentos do primeiro tema.

⁸ Os acontecimentos têm mais hipóteses de se tornar notícia se ocorrerem no horizonte temporal de trabalho diário dos jornalistas. No jornalismo português do século XVII,

XVII). Os valores-notícia de construção são: o potencial de amplificação do acontecimento através da notícia (hiperbolização do acontecimento e das suas consequências); a relevância, ou seja, a capacidade de se mostrar na notícia como o acontecimento é importante; o potencial de personalização da história; o potencial de dramatização da história; a consonância, isto é, a faculdade de enquadrar um acontecimento em enquadramentos previamente existentes. O mesmo autor explica, ainda, que outros factores podem influenciar o que chega a ser notícia e a forma como esta se apresenta: a política editorial; os recursos da organização noticiosa; a necessidade de produtividade; e o peso da direcção, dos proprietários e dos anunciantes (Traquina, 2002: 201-202), a que se poderia acrescentar o mercado e o público e ainda, num estado absolutista como era o estado português no século XVII, a ordem jurídica – incluindo a censura.

Neste trabalho, procurar-se-á aplicar a grelha interpretativa sobre a noticiabilidade construída por Nelson Traquina ao estudo dos periódicos noticiosos portugueses do século XVII – a *Gazeta* “da Restauração” e o *Mercúrio Português* – com o objectivo de aclarar quais os valores imanentes aos acontecimentos noticiados que contribuíram para a sua transformação em notícia. Limitou-se a análise aos “valores-notícia de selecção” identificados por Traquina e, dentro destes, aos que mais pertinentemente poderiam, à partida, contribuir para explicar a noticiabilidade nos periódicos portugueses seiscentistas, que eram, realce-se, jornais de produção algo artesanal, obras de “um homem só” (a *Gazeta* terá sido redigida por vários autores, mas possivelmente em sequência e não ao mesmo tempo), sujeitos à censura civil e eclesiástica por força da ordenação jurídica do reino (Sousa, coord. et al., 2011; Sousa e Lima, 2011).

A *Gazeta* “da Restauração” e o *Mercúrio Português*

A *Gazeta*, primeiro periódico português de que se tem conhecimento, foi publicada, comprovadamente, entre 1641 e 1647, por um conjun-

porém, os redactores de periódicos noticiosos não tinham um “horizonte diário” de trabalho, pelo que o critério não tem aplicação directa, ainda que a possa ter indirectamente, aplicado ao horizonte de noticiabilidade, limitado pelos prazos de produção e edição de cada novo número dos jornais em causa.

Livros LabCom

to sucessivo de editores e redactores, entre os quais Manuel de Galhegos, João Franco Barreto e, presumivelmente, frei Francisco Brandão (Cunha, 1941, pp. 52-58; Sousa, coord. et al., 2011, pp. 54-57). Por vezes é denominada pelo título daquele que, aparentemente, foi o seu primeiro número (*Gazeta em Que Se Relatam as Novas Todas Que Houve Nesta Corte e Que Vieram de Várias Partes no Mês de Novembro de 1641*). Acompanhou os primeiros anos de reinado de D. João IV, o restaurador da independência de Portugal (depois de 60 anos de monarquia dual com Castela), primeiro rei da Dinastia de Bragança. Embora nem sempre tenha tido uma periodicidade regular, a *Gazeta* pode considerar-se uma publicação periódica, pois foram publicados sucessivamente (pelo menos) 37 números, entre Novembro de 1641 e Setembro de 1647, possibilitando ao público o consumo cíclico de novas informações com regularidade.

Em Julho de 1642 a *Gazeta* suspendeu a publicação por força de uma lei promulgada a 19 de Agosto de 1642, que proibia as gazetas “com notícias do reino ou de fora, em razão da pouca verdade de muitas e do mau estilo de todas elas”. De qualquer maneira, a *Gazeta* retomou a publicação em Outubro de 1642, mas passou a ostentar a designação “de *Novas Fora do Reino*”, embora também tivesse publicado informações sobre Portugal (Sousa, coord. et al, 2011a).

O conteúdo da *Gazeta* – classificado por Sousa, coord. et al. (2011, pp. 316-324) – é, quase todo ele, noticioso (99% das peças), versando, principalmente, sobre temas que podem ser agrupados nas seguintes categorias: vida militar e conflitos bélicos (46%), vida social e religiosa (21%), vida política, administrativa e diplomática (20%). As restantes peças dizem respeito a questões económicas (3%), acontecimentos insólitos (2%), crimes e justiça (2%), catástrofes naturais e acidentes (1%) e outros assuntos (4%).

Após o término da publicação da *Gazeta* “da Restauração”, Portugal esteve dezasseis anos sem publicações periódicas. A situação só se inverteria com o surgimento d’*O Mercúrio Português*, em 1663, pela mão de António de Sousa de Macedo (1606-1682), diplomata afecto à causa da restauração e estadista, secretário de estado do rei. O jornal

duraria até 1667, cobrindo um período de intensa intriga palaciana⁹ e de intensificação do conflito independentista com Castela¹⁰, embora o seu fundador apenas o tenha redigido até Dezembro de 1666, ano em que foi forçado a afastar-se da corte devido a um desentendimento com a rainha (Mattos, 1944, p. 373; Cunha, 1941, p. 58; Tengarrinha, 1989, p. 41). Permanecem no anonimato o redactor, ou redactores, dos últimos sete números do *Mercúrio Português*, editados em 1667.



Figura 1: Formalmente, a *Gazeta* apresentava-se em formato de *quarto* (sensivelmente 13,5 x 19 cm). Somente o primeiro número apresentava frontispício. Os restantes não o têm, sendo a primeira página ocupada pelo título da publicação, que incluía o mês (*Gazeta do Mês de Y de 16XX*), o que acentuava a ideia de *periodicidade*; por uma

⁹ O Rei D. Afonso VI, um indivíduo impotente, mentalmente débil e de carácter violento, tinha-se emancipado como monarca na sequência de um golpe palaciano orquestrado, em 1662, pelo conde de Castelo Melhor, contra a regente, a rainha-mãe, Dona Luísa de Gusmão. As rédeas do poder régio transitaram para Castelo Melhor e os seus partidários, entre os quais António de Sousa de Macedo, redactor do *Mercúrio*. Mas o poder real era minado pelos que queriam levar à regência o príncipe D. Pedro, irmão do Rei. O *Mercúrio* pode, assim, inserir-se dentro da estratégia governamental de enaltecimento da figura do rei, de ocultação dos defeitos do monarca e de apoio à política governamental e à guerra contra Castela pela independência do reino (Sousa e Lima, 2011).

¹⁰ Duas das mais importantes – senão as mais importantes – batalhas da Guerra da Restauração ocorreram no dia 8 de Junho de 1663 (Ameixial) e no dia 17 de Junho de 1665 (Montes Claros), com vitórias portuguesas.

chamada relativa ao tema forte, a partir de 1643 (no número de Janeiro de 1645, que serve de exemplo, a chamada focalizava-se nas cerimónias de entronização de um novo Papa); e por informações. As informações sucediam-se umas às outras sem grandes preocupações com a ordem ou a hierarquia, sendo possível que fossem redigidas à medida que fossem sendo recolhidas. Toda a *Gazeta* era paginada a uma coluna, em fonte similar à Elzevir, da família romana. O número de páginas oscilou entre dez e dezoito.

Com o *Mercúrio Português*, relançou-se o periodismo em Portugal. Ao longo da sua existência saíram, com rigorosa periodicidade mensal (algo que a *Gazeta* de 1641-1647 não tinha conseguido manter), 48 números e dois suplementos (Junho de 1664 e Junho de 1665). O desaparecimento do *Mercúrio Português* levou Portugal, num quadro de intensificação do absolutismo, a ficar sem publicações periódicas consistentes até ao surgimento do jornal oficioso *Gazeta de Lisboa*, em 1715. O fim da guerra pela independência de Portugal (formalmente, no início de 1668, apesar de o conflito ter esmorecido a partir da derrota espanhola na batalha de Montes Claros, travada em 1665) também esfumou um dos pretextos da publicação do *Mercúrio*, pois este, no seu primeiro número, propunha-se, no próprio título, oferecer “as novas da guerra entre Portugal e Castela”.



Figura 2: Formalmente, o *Mercúrio* é muito semelhante aos seus antecessores. Como os demais, tinha formato de “quarto” ou *in-quarto*, sensivelmente o actual formato A5. As páginas impressas variaram entre as oito e as 32. Os primeiros três números apresentavam

frontispício, mas a partir do quarto número o frontispício só volta a ser usado em Janeiro de 1664, num número que relata uma visita real a Santarém. Neste caso, no frontispício surge, alusivamente, o escudo real português. A partir do quarto número, o *Mercúrio* passa, à semelhança da *Gazeta*, a abrir cada número com o título, no qual se incluía a alusão ao mês (por exemplo, *Mercúrio Português Com as Novas do Mês de Fevereiro do Ano de 1664*). Tal como na *Gazeta*, em certos casos, como no referido número de Janeiro de 1664, ao título sucede-se uma chamada, em jeito de “manchete”. Tal como na *Gazeta*, as matérias do *Mercúrio* sucediam-se umas às outras sem grandes preocupações com a ordem ou a hierarquia, a uma coluna, em fonte similar à Elzevir, da família romana.

Periódico noticioso criado, conforme o anúncio de intenções do frontispício do primeiro número, para anunciar “as novas da guerra entre Portugal e Castela”, o *Mercúrio* não deixou de, em sintonia com a conjuntura, destacar os acontecimentos bélicos entre os seus conteúdos – de acordo com Sousa e Lima (2011), 67% das matérias centram-se na guerra. As restantes matérias do *Mercúrio Português* repartem-se por categorias como a vida política, administrativa e diplomática (14%), a vida social e religiosa (7%), a vida económica (5%) e, residualmente, catástrofes naturais e acidentes (1%), doenças e fome (1%), crimes e justiça (2%) e acontecimentos insólitos (2%). É de destacar a crescente importância das notícias de economia no *Mercúrio*, devido, particularmente, à intensificação do comércio entre Portugal e o Brasil após a restauração da independência e aos movimentos pendulares das frotas.

Alguns critérios de selecção noticiosa na *Gazeta* e no *Mercúrio Português*

» Morte

Conforme explicita Traquina (2002, p. 187), “a morte é um valor-notícia fundamental”. E efectivamente a referência a mortes foi, na *Gazeta* e no *Mercúrio*, um critério de noticiabilidade relevante, especialmente quando cruzado – conforme também releva Traquina (2002, p. 188), com o critério da notoriedade de quem morria. Em todo o caso, as mortes, nomeadamente de pessoas de elite, eram notícia de interesse e aparecem com bastante frequência nos periódicos seiscentistas portugueses. Alguns exemplos podem ser dados:

Livros LabCom

Gazeta de Julho e Agosto de 1644

Faleceu o Papa a 29 de Julho, 21 de seu Pontificado. E em Roma há grande confusão sobre a eleição do novo Papa (...).

Mercúrio Português de Fevereiro de 1666

Recebeu Sua Majestade [a rainha D. Luísa de Gusmão] o desengano com grande ânimo (...). E (...) ela, como se estivesse só esperando a vista dos filhos, apartados eles, começou a morrer (...) e expirou às 11h30 daquela mesma noite de sábado 27 de Fevereiro de 1666 (...).

» Notoriedade dos envolvidos

Conforme coloca Traquina (2002, p. 188), “podemos dizer que todos seremos notícia pelo menos uma vez – no dia a seguir à morte, ou nas páginas interiores, ou com destaque na primeira página”. O grau de destaque “dependerá, em grande parte, da nossa notoriedade”, o que significa que “a notoriedade do agente principal do acontecimento é outro valor-notícia fundamental para os membros da comunidade jornalística” (Traquina, 2002, p. 188). Na *Gazeta* e no *Mercúrio Português*, quanto mais importante era uma pessoa, mais interessava escrever sobre o que lhe acontecia. Mortes, nascimentos, conquistas, derrotas, proezas ou até acontecimentos banais do quotidiano de determinadas personalidades enchiam as páginas dos periódicos seiscentistas portugueses, conforme ocorre nos exemplos seguintes:

Gazeta de Dezembro de 1641

Foi Sua Majestade visitar os armazéns e a armada real.

Mercúrio Português de Novembro de 1663

Em 14 [de Novembro de 1663], aportou em Lisboa o governador do Brasil, Francisco Barreto, restaurador de Pernambuco, deixando o governo ao vice-rei, conde de Óbidos.

» Proximidade

Tal como afirma Traquina (2002, p. 188), a proximidade, “sobretudo em termos geográficos, mas também em termos culturais” é outro dos

valores-notícia fundamentais para explicar por que razão determinados acontecimentos são noticiados. Um acontecimento terá mais probabilidade de se tornar notícia quanto mais próximo ocorrer. Os exemplos seguintes ajudam a demonstrá-lo:

Gazeta de Junho de 1642

Chegou a este porto [de Lisboa] uma nau de La Rochelle, em que vieram alguns portugueses de Itália e da Catalunha.

Mercúrio Português de Abril de 1665

Aos 16 [de Abril de 1665] largaram âncora do rio de Lisboa para a Índia o galeão *São Pedro de Alcântara* (...) e a nau *Nossa Senhora dos Remédios de Cassabé* (...).

» **Relevância**

A relevância “responde à preocupação de informar o público de acontecimentos importantes, porque têm impacto sobre a vida das pessoas, determinando a forma como a noticiabilidade tem a ver com a capacidade de incidência do acontecimento sobre essas pessoas, sobre as regiões, sobre os países” (Traquina, 2002, p. 189). Isto é, quanto mais impacto tiver um acontecimento, nomeadamente quantas mais pessoas envolver ou afectar, mais probabilidade terá de ser notícia. Leiam-se os seguintes exemplos:

Gazeta de Janeiro de 1642

Quase todo este mês ventou, choveu e nevou, e fez muito dano a tempestade. Caíram no bairro de São Paulo umas casas onde morreram duas pessoas. Arruinou-se o recolhimento de São Cristóvão e as órfãs mudaram-se para uma casa junto à Igreja de São Vicente. Cresceu a água da chuva de maneira que na rua dos canos se afogou um homem, e morto veio pelo cano Real sair ao Terreiro do Paço (...).

Mercúrio Português de Agosto de 1664

Domingo 17 celebrou-se em Lisboa o Auto da Fé (...) no qual, além de muitos penitentes que se reconciliaram com a Santa Madre Igreja, se executou sentença de morte em três homens e duas mulheres, havidos por obstinados.

» Novidade

As pessoas sempre tiveram particular interesse pelo que é novo, pela novidade. A novidade é uma característica essencial das notícias. “Para os jornalistas, uma questão central é, precisamente, o que há de novo (...), (...) o mundo jornalístico interessa-se muito pela primeira vez” (Traquina, 2002, p. 189). A *Gazeta* e o *Mercúrio* tinham, na sua época, esse papel, tão importante, de contar as “novas”. Veja-se:

Gazeta de Julho de 1642

Quando uns soldados nas trincheiras da vila de Penamacor descobriram uma mina, e sem saber de que metal era se mandou a esta corte a amoststrar. Fez-se o ensaio, e achou-se que era de cobre, com muito boa conta.

Mercúrio Português de Maio de 1663

A 24 deste mês de Maio, à tarde, chegou a esta corte de Lisboa a nova da entrega de Évora, e divulgando-se no dia 25, pela manhã, foi tal o fervor do povo (...) que concorreu tumultuosamente ao Terreiro do Paço (...).

» Factor tempo – a actualidade

O factor tempo, conforme argumenta Traquina (2002, p. 189), é central para o jornalismo. E pode dizer-se que se o é hoje, também o era há quase quatrocentos anos atrás. No entanto, para os homens e mulheres do século XVII, a actualidade não era vivida como o é nos dias que correm. As notícias eram veiculadas com uma frequência normalmente mensal, mas não era por isso que perdiam a sua actualidade:

Gazeta de Maio de 1642

A onze do mês se benzeram as duas fragatas que se fabricaram na Ribeira das Naus. Disse missa o Bispo Capelão mor e deu, por nome, à maior, São João Baptista e, à mais pequena, São Teodósio, em graça do nome de Sua Majestade e do Príncipe nosso senhor.

Mercúrio Português de Outubro de 1663

Aos 16, que foi terça-feira, se fez no Rossio de Lisboa (...) execução na estátua do duque de Aveiro (...).

» Notabilidade – tangibilidade

De acordo com Traquina (2002, pp. 190-191), os acontecimentos assentes em factos concretos, que possam ser narrados com base em respostas às questões “quem?”, “o quê?”, “quando?”, “onde?”, “como?” e “porquê?”, têm mais probabilidade de ser noticiados. A *Gazeta* e o *Mercúrio* apresentam vários exemplos de notícias que provam a importância deste critério:

Gazeta de Junho de 1642

Que um clérigo Irlandês convertera 50 ingleses e que depois de eles fazerem protestação da fé e jurarem que reconheciam por cabeça da Igreja ao Sumo Pontífice, e queriam na real presença [de Jesus] na Eucaristia, se lhes deu passaporte para se irem livremente, e que um soldado que se achou presente os seguiu e matou a todos, dizendo que era lástima deixá-los ir a parte donde os pervertessem, e que os queria mandar a todos para o céu.

Mercúrio Português de Junho de 1663

D. João de Áustria, na maior fúria da batalha [do Ameixial] (...) fugiu para Arronches (...) com catorze ou quinze cavaleiros (...) e depois de muitos dias não pôde juntar em Badajoz (...) mais de mil e quinhentos cavaleiros e quinhentos infantes. Tudo o resto ficou morto, prisioneiro ou dissipado.

» Notabilidade – número de pessoas envolvidas ou afectadas

Um dos critérios de notabilidade dos acontecimentos identificado por Traquina (2002, p. 191) é a quantidade de pessoas que um acontecimento envolve, ou a quantidade de pessoas que um acontecimento afecta. Também esse foi um dos critérios de selecção dos acontecimentos que foram transformados em notícia na *Gazeta* e no *Mercúrio Português*, conforme se comprova nos exemplos seguintes:

Gazeta de Janeiro de 1642

Em Sevilha foi o inverno tão rigoroso (...) que se alagou a cidade toda, e subiu a água a parte donde jamais chegou. Afogou-se alguma gente, e

morreu muita de fome.

Mercúrio Português de Novembro de 1663

Em 22 deste mês, sendo Sua Majestade informado da necessidade que padecem as crianças que nesta cidade de Lisboa se enjeitam por não haver cabedal bastante para seu sustento e paga das amas que as criam (...), foi servido de fazer mercê de três mil cruzados de renda cada ano (...) para ajuda da criação dos ditos enjeitados (...).

» **Notabilidade – o insólito e a surpresa**

Os homens e as mulheres do século XVII viviam num mundo que lhes era, ainda, significativamente desconhecido. Havia acontecimentos tidos então por surpreendentes que para essas pessoas, imersas numa cultura de credulidade e religião, só podiam ser explicados por recurso ao sobrenatural, já que outras alternativas de interpretação eram inexistentes no seu catálogo de explicações disponíveis. Eis alguns exemplos de notícias da *Gazeta* e do *Mercúrio*, algumas, certamente, inverídicas, seleccionadas pelo carácter insólito dos acontecimentos que estiveram na sua origem:

Gazeta de Fevereiro de 1642

Na cidade de Stuttgart, na Alemanha, no fim do ano passado, e princípio deste, foram vistos doze prodígios, a saber: o primeiro, que choveu duas vezes sangue na dita cidade, e seus contornos. 2. Que a terra se estremeceu ali extraordinariamente. 3. Que todas as portas de seu Castelo se abriram por si mesmas. 4. Que o sino do Castelo tocou por si mesmo. 5. Que no mesmo lugar foi ouvido um ruído e um estrondo tão espantoso que, temendo o duque e sua corte que se queria de todo arruinar, quiseram mudar-se a Kirkenheim. O 6, que dentro da câmara do duque foi ouvido um uivo espantosíssimo, sem se saber a causa dele. 7. Que querendo o duque fazer viagem, jamais os cavalos puderam passar avan-te, nem tornar atrás, e que apareceram no ar dois homens, um com uma foice, e outro com um alfange nas mãos, o primeiro como quem andava cegando, e o segundo jogando com o dito trançado, à direita, e à esquerda. 9. Que o céu se abriu, e apareceu por muito tempo aceso em fogo. 10. Que um cão negro (cuja vista foi sempre funesta aos duques desta casa) apareceu e desapareceu logo. 11. Que foi ouvido um trovão grandíssimo,

estando antes o ar muito claro e sereno, de que todos ficaram com grande admiração. 12. Que uma candeia se acendeu por si mesma na capela dos paços do mesmo duque. Os sucessos farão ver a verdade ou, para melhor dizer, vaidade destes agouros.

Mercúrio Português de Agosto de 1663

A estas (...) se juntaram este mês novas esperanças de Deus nos continuar seu favor divino, com o que se escreveu de Braga, que pela intercessão do seu grande arcebispo D. Lourenço da Lourinhã fizera o Senhor algumas maravilhas, entre as quais foi que dia de São Lourenço, 10 deste mês de Agosto, foram duas mulheres cegas pedir-lhe vista, e logo a alcançaram (...).

» **Conflito**

O conflito e a controvérsia dizem respeito à “violência física ou simbólica” (Traquina, 2002, p. 192). “A presença da violência física fornece mais noticiabilidade e ilustra (...) como os critérios de noticiabilidade muitas vezes exemplificam a importância da quebra do normal” (Traquina, 2002, p. 192). Numa época de guerra (incluindo a da Restauração da Independência), as notícias mais veiculadas na *Gazeta* e no *Mercúrio* foram, sem dúvida, as notícias sobre guerras ou conflitos (Sousa, coord., et al., 2011, pp. 316-324; Sousa e Lima, 2011). Eis dois exemplos entre muitos que se poderiam dar:

Gazeta de Dezembro de 1641

Nas fronteiras de Trás-os-Montes entraram algumas tropas de cavalaria castelhana, e muitas de mosqueteiros. Iam marchando sem que lhes escapasse caminhante, ou pastor, que não rendesse gado, em que não fizessem presa, nem lugar que não saqueassem. Inquietaram-se todas as terras circunvizinhas, até que chegou o clamor às nossas praças de armas, e de improviso se juntaram companhias de várias partes, e foram buscar os inimigos, e deram neles junto ao lugar da Bemposta. Houve uma pendência muito renhida de parte a parte; mas os castelhanos, depois de lhes custar a batalha grande número de vidas, deixaram a presa e se retiraram com muita descomposição.

Mercúrio Português de Janeiro de 1664

Enfim (...) chegaram alguns infantes que Afonso Furtado de Mendonça (...) havia mandado em seguimento da cavalaria, e ele se pôs em marcha com o resto (...), tanto que (...) deu a primeira carga. Logo o inimigo se pôs em retirada, deixando-nos (...) o campo e nele muitos mortos e feridos (...).

» Infracção de normas

“Por infracção refere-se, sobretudo, a (...) transgressão das regras”, explicita Traquina (2002, p. 193) ao chamar a atenção para a constância das notícias de crime nos jornais. Efectivamente, notícias sobre transgressões às regras eram comuns nos jornais portugueses do século XVII. Elas contribuíam, ao exporem as infracções às regras, para definir socialmente o que não podia ser aceite, isto é, o desvio:

Gazeta de Julho de 1642

Entre as pedreiras de Alcântara se acharam dois homens falsificando o cunho da moeda. Ambos foram condenados na pena da lei. Um deles padeceu no mesmo dia, em que el-rei nosso senhor veio de Alcântara: o outro, por ver se podia embaraçar a execução, ou pelo menos dilatá-la, confessou que havia cometido o crime de heresia. Foi remetido ao tribunal do Santo Ofício e daí a doze dias tornou para a cadeia pública, de onde saiu a padecer a mesma morte que o primeiro.

Mercúrio Português de Fevereiro de 1665

No Alentejo foram enforcados neste mês dois ou três portugueses que se haviam passado para Castela (...).

Conclusão

O objectivo deste trabalho foi contribuir para aclarar as razões pelas quais os periódicos seiscentistas portugueses deram espaço a notícias sobre determinados acontecimentos e não a outras. Por outras palavras, procurou responder-se à questão: por que falaram os jornais que introduziram a prática do jornalismo periódico em Portugal daquilo de falaram e não de outros assuntos? Para o efeito, recorreu-se à teorização da noticiabilidade, conforme exposta por Nelson Traquina (2002, pp.

171-208).

Pode concluir-se, face aos dados recolhidos, que não se encontram nesses jornais muitas variações temáticas em relação ao que certamente se encontraria em jornais contemporâneos, pois as qualidades que dão valor noticioso aos factos (os valores-notícia ou critérios de noticiabilidade) são historicamente estáveis, conforme já Mitchell Stephens (1988, pp. 33-35) e Nelson Traquina (2002, p. 276) tinham notado. Grosso modo, foi notícia aquilo que ainda hoje é notícia. Privilegiou-se, nesses periódicos, a morte, o conflito, as notícias referentes a personalidades de elite, o insólito, a proximidade, a actualidade – embora o horizonte de actualidade fosse diferente do actual. Ontem, como hoje, são critérios como esses que decidem quais os assuntos e acontecimentos seleccionados como notícia. Apesar de o jornalismo ter passado por várias fases históricas, os assuntos abordados mantiveram-se estáveis.

Bibliografia

BOURDIEU, Pierre (1997). Sobre a Televisão. Oeiras: Celta Editora.

BRAJOS GARRIDO, Alfonso (1999). De los antecedentes a la conquista de la libertad de expresión. In: GÓMEZ MOMPART, Josep L. e MARÍN OTTO, Enric (Eds.): Historia del Periodismo Universal. Madrid: Síntesis, pp. 13-48.

CUNHA, Alfredo da (1941). Elementos para a História da Imprensa Periódica Portuguesa. Lisboa: Academia das Ciências de Lisboa.

DIAS, Eurico Gomes (2006). Gazetas da Restauração [1641-1648]: Uma Revisão das Estratégias Diplomático-Militares Portuguesas (Edição Transcrita). Lisboa: Instituto Diplomático do Ministério dos Negócios Estrangeiros.

DIAS, Eurico Gomes (2010). Olhares sobre o Mercúrio Português [1663-1667]. 2 volumes. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda.

DIAS, Eurico Gomes (2010). Olhares sobre o Mercúrio Português

Livros LabCom

[1663-1667]. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda.

ERICSON, Richard V.; BARANEK, Patricia M. e CHAN, Janet (1987). *Visualizing Deviance: A Study of News Organization*. Toronto: University of Toronto Press.

FANG, Irving (1997): *A History of Mass Communication. Six Information Revolutions*. Boston: Focal Press.

GALTUNG, Johan e RUGE, Mari Holmboe (1965). The structure of foreign news. The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four norwegian newspapers. *Journal of International Peace Research*, vol. 2, n.º 1, pp. 64-90.

GROTH, Otto (1960). *Die Unerkannte Kulturmacht : Grundlegung der Zeitungswissenschaft*. 6 volumes + 1 inacabado. Berlin: Walter de Gruyter.

GUILLAMET, Jaume (2004). De las gacetas del siglo XVII a la libertad de imprenta del XIX. In: BARRERA, Carlos (coord.). *Historia del Periodismo Universal*. Barcelona: Ariel, pp. 43-76.

MATTOS, Gastão de Melo de (1941). O sentido da crise política de 1667. In: AA. VV. *Anais da Academia Portuguesa de História – Ciclo da Restauração de Portugal*. Vol. VIII. Lisboa: Academia Portuguesa de História.

SOUSA, Jorge Pedro (Coord.); CASTELO-BRANCO, Maria do Carmo; PINTO, Mário; TUNA, Sandra; SILVA, Gabriel; BORBA, Eduardo Zilles; DUARTE, Carlos; DELICATO, Mônica; SILVA, Nair e TEIXEIRA, Patrícia (2011). *A Gazeta “da Restauração”, Primeiro Periódico Português: Uma Análise do Discurso*. Covilhã: Livros LabCom/Universidade da Beira Interior.

SOUSA, Jorge Pedro (Coord.); PINTO, Mário; SILVA, Gabriel; SILVA, Nair; DELICATO, Mônica (2007). *As Relações de Manuel Severim de Faria e a Génese do Jornalismo Lusófono*. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa.

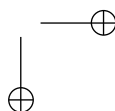
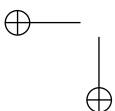
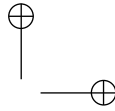
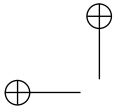
SOUSA, Jorge Pedro e LIMA, Maria Érica (2011). Propaganda e informação no Mercúrio Português (1663-1667): Representações discursivas do poder régio e do governo de Castelo Melhor. Comunicação inédita apresentada ao IX LUSOCOM – Congresso Lusófono de Ciências da Comunicação (evento científico arbitrado). Universidade Paulista, São Paulo, Brasil.

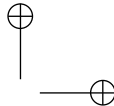
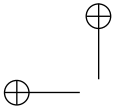
STEPHENS, Mitchell (1988). A History of News. From the Drum to the Satellite. New York: Penguin Books.

TENGARRINHA, José (1989). História da Imprensa Periódica Portuguesa. 2ª edição revista e aumentada. Lisboa: Caminho.

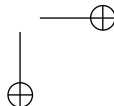
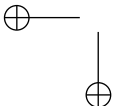
TRAQUINA, Nelson (2002). O que é Jornalismo. Lisboa: Quimera Editores.

WOLF, Mauro (1987). Teorias da Comunicação. Lisboa: Editorial Presença.





CAPÍTULO 3





Intellectualidade, autonomia e desprofissionalização - Regresso a questões candentes

Maria João Silveirinha e Carlos Camponez

Quando Nelson Traquina chamou a esse grupo socioprofissional que produz as notícias “a tribo jornalística” (por exemplo, Traquina; 2001) deu um sinal claro do que eram, para si, os jornalistas: um grupo de profissionais cuja identidade particular se constitui pela sua capacidade de operacionalizar um conjunto de procedimentos institucionalizados e rotinizados, que partilham um conjunto próprio de entendimentos do que pode constituir notícia e que, a partir de interações com outros atores da sociedade, produzem o conhecimento que temos da vida pública. Traquina foi também pioneiro, entre nós, no modo como ligou as práticas dessa “tribo” às dimensões políticas, sociais e económicas dos *media*. No texto que se segue, pretendemos complementar o seu pensamento sobre a profissão a partir da sua dimensão intelectual e da sua ligação a um outro grupo de atores da vida pública que reconhecemos mais propriamente como “os intelectuais”.

Para além de ser nosso objetivo estendermos as dimensões de preocupação em torno da profissão que Traquina encetou, parece-nos também que, num tempo em que é comum ouvirmos dizer que os intelectuais desapareceram da vida pública e que o jornalismo está em profunda mutação, é relevante procedermos a um questionamento do estatuto social e normativo de crise que estes dois grupos – o dos intelectuais e o dos jornalistas – parecem atualmente partilhar. Na base do nosso questionamento estarão as próprias transformações do espaço que constitui

a razão de ser destes dois grupos – o espaço público – produzindo nele uma teia de relações que constituem o que podemos entender como aquilo a que Rémy Rieffel (1992) designou por uma “nova configuração cultural”.

Procuraremos, assim, pensar a relação entre intelectuais, jornalistas e a opinião pública, centrando-nos em três aspetos relacionados com o estatuto público de intervenção destes grupos de atores sociais: em primeiro lugar, indagaremos como se deu a formação e a transformação política de um conjunto de indivíduos que puseram publicamente a sua formação intelectual ao serviço do processamento da informação, da intervenção e do questionamento crítico dos poderes instituídos; de seguida, faremos uma análise da substância democrática da arena pública, já que inerente ao estatuto de quem nela intervém publicamente é também a capacidade de cultivar um público; finalmente, abriremos uma linha de questionamento relativa ao estatuto sociológico, filosófico e ético de quem produz conhecimento publicamente disponível.

Ainda que eminentemente interligados, todos estes aspetos podem ser situados num tempo histórico cujas transformações sociológicas, políticas e económicas nos conduzem a um momento presente em que situamos as nossas interrogações relativas a um tipo particular de intelectual – inserido no conceito do, por vezes, denominado “intelectual mediático” (Garnham, 1995; Busquete e Risquete, 2005), como parte integrante da “elite dos jornalistas” (Rieffel, 1983) ou, numa aceção mais vasta, na “tribo jornalística” (Traquina, 2000, 2001) que, no seu conjunto, parecem configurar uma nova realidade cultural (Rieffel, 1992). Na verdade, como referiu Garnham (1995: 376-377),

“A relação dos *media* com os intelectuais tem raízes históricas na categoria dos intelectuais e na proximidade da sua emergência com a da imprensa. Não é preciso ter uma visão tecnologicamente determinista da história da relação entre a imprensa e o Iluminismo para reconhecer que, embora possam ter nascido no modo conversacional do salão e do café, depressa formaram a sua identidade coletiva e basearam o seu acesso ao poder social na crescente circulação de textos impressos como veículos do seu discurso crítico. Mas, como a narrativa do declínio da esfera pública defende, uma crescente especialização do trabalho intelectual

levou a uma divisão cada vez maior entre os *media* industrializados e comercializados e a *intelligentsia* tradicional com a sua base na educação e produção cultural especializada para uma elite”.

Esta divisão, por um lado, e as transformações do espaço público, por outro, levaram a uma série de discussões sobre o papel da cultura nos *media* e sobre a relação entre os intelectuais tradicionais, os críticos e os meios de comunicação. Ora, como procuraremos ver, a raiz destes problemas já se encontra em discussão no trabalho de Walter Lippmann e John Dewey sobre a comunicação e o espaço público na América dos anos 20 do século passado, sendo aí que iniciamos a nossa discussão.

Da omnicompetência à inteligência social: o debate Lippmann-Dewey

Na verdade, quando, em termos comunicacionais, centramos a discussão sobre o papel que intelectuais e jornalistas têm no conhecimento e condução da nossa vida em comum é incontornável recuarmos ao “debate” entre um influente jornalista, Walter Lippmann e um não menos influente filósofo, John Dewey, no início do século XX¹.

Historicamente, esse é um tempo decisivo para a afirmação dos jornalistas. Porém, essa afirmação faz-se acompanhada de uma consciência tanto da importância da profissão, como dos seus limites, em termos da

¹ Ainda que a posição de Dewey e Lippmann sobre a democracia e o papel que os cidadãos e os peritos tinham nela se tivesse cruzado, não se poderá dizer que tenha havido um diálogo entre eles. O cruzamento das suas perspectivas é frequentemente designado como um “debate”, mas é apenas o resultado das críticas de Dewey, em tom bastante favorável, aos livros de Lippmann, *Public Opinion* (1922) e *The Phantom Public* (1925), em *The New Republic*, seguidas de um conjunto de intervenções que o filósofo americano preferiu, em 1926, no Kenyon College, publicadas em *The Public and Its Problems* (1927). Já Lippmann nunca “dialogou” de forma explícita com Dewey. Dentro dos estudos de comunicação, a posição destes dois autores foi frequentemente entendida de um modo que valorizou a posição de Dewey face à de Lippmann na sua abordagem à comunicação e à democracia. Este facto deve-se sobretudo à leitura deste “debate” efetuada pelo influente James Carey (Carey, 1989). No entanto, recentemente, vários autores têm revisitado o tema, deitando uma nova luz sobre as diferenças e semelhanças entre as duas perspectivas (Schudson, 2008, Jansen, 2009, Bohman, 2010).

sua relevância para a vida pública. As palavras de um respeitado Walter Lippmann, jornalista, co-fundador da revista *New Republic*, confidente da Administração Wilson e capitão do exército com a responsabilidade pela propaganda na Europa durante a Primeira Guerra Mundial, revelam já essas ambiguidades:

“(...) o jornalismo não é uma profissão dignificada na qual os homens invistam o tempo e o dinheiro de uma educação, mas uma forma de trabalho subalterno, mal pago, inseguro e anónimo, conduzido pelo método de agarrar as oportunidades. Falar meramente sobre o repórter em termos da sua verdadeira importância para a civilização fará rir qualquer homem dos jornais. No entanto, o jornalismo tem uma honra peculiar. A observação tem de preceder qualquer outra atividade e o observador público (o repórter) é um homem de valor crítico. Qualquer dinheiro ou o esforço que se gaste para colocar o homem certo neste trabalho nunca será mal gasto, pois a saúde da sociedade depende da qualidade da informação que recebe” (Lippmann, 1920: 79-80).

Em causa está, portanto, não apenas o estatuto profissional do jornalista, mas a importância do seu trabalho para a sociedade e para a “saúde” da democracia. Mas esta é uma questão complexa, que envolve não apenas os limites do jornalista na produção de conhecimento, mas os limites dos próprios cidadãos em conhecer a ampla e complexa realidade que os rodeia. Não se trata, portanto, de equacionar apenas a intervenção pública de alguém com capacidades para informar sobre a realidade (o jornalista), ou o seu valor intelectual intrínseco, mas a possibilidade dos cidadãos e das suas instituições reformarem a própria democracia à luz das condições modernas, condições essas que incluíam a capacidade de serem informados por uma imprensa industrial. Este seria o mais sério problema que uma democracia enfrenta e dele tratam os livros de Lippmann em geral e, em particular, *Liberty and the News* (1920), *Public Opinion* (1922) e *The Phantom Public* (1925).

John Dewey partilhava amplamente esta mesma preocupação sobre a comunicação, como foi desde logo visível nas críticas aos livros de Lippmann, publicadas em *The New Republic* e desenvolvidas, posterior e longamente, na obra *The Public and its Problems* (1927). No

entanto, como veremos, há diferenças fundamentais no modo como os dois autores colocam o problema e nas soluções que preconizam. Algumas dessas diferenças partem da própria forma como ambos veem a intelectualidade, o conhecimento especializado e a capacidade dos cidadãos agirem com base nesse conhecimento.

A experiência da máquina de propaganda de guerra americana que Lippmann, como publicista, teve ocasião de conhecer de perto, constituem uma das principais envolturas do centro das suas preocupações em *Liberty and the News*. Trata-se de pensar a “atual crise da democracia ocidental”, que representa simultaneamente “uma crise no jornalismo” (Lippmann, 1920: 5). Na verdade, para o autor, é problemático que o trabalho dos jornalistas se tenha confundido com o de “pregadores, revivalistas, profetas e agitadores” (Lippmann, 1920: 8). Como ele próprio afirma,

“tudo o que os críticos mais severos da democracia alegarem é verdade, se não houver fornecimento de notícias dignas de confiança e relevantes. A incompetência e a ausência de objectivos, corrupção e deslealdade, pânico e desastre, assaltam qualquer pessoa a quem seja negado um acesso seguro aos factos. Ninguém pode dirigir nada a partir do trivial. Tão-pouco o pode o povo” (*Ibid.*: 11).

Neste quadro de pensamento, diz-nos Lippmann, em causa está o próprio futuro da democracia, se tudo o que tivermos disponível como forma de conhecimento forem organizações de notícias ocupadas a “manufaturar o (...) consentimento”. As notícias diárias devem assim realinhar-se com novos padrões de independência e integridade e com “a reportagem dos factos” (*Idem*).

No entanto, este “problema das notícias modernas”, não se constitui apenas, como a maioria da crítica social apontava na altura, para uma questão de “moral dos jornalistas”, mas é o resultado intrincado de uma civilização que é excessivamente complexa para se revelar por si à observação pessoal de qualquer indivíduo (Lippmann, 1920: 13-14). Ou seja: pensar o papel do jornalismo na sociedade moderna implica não apenas pensar a natureza das notícias, como as complexidades ilimitadas da sociedade, e a relativa competência cognitiva dos cidadãos.

A complexidade moderna e o alcance global da sociedade contemporânea tornaram impossível a produção de sentido acerca do mundo, com base num mero conhecimento individual e em primeira-mão. Lippmann defende que o mundo moderno é tão complexo, os seus sistemas de comunicação tão poderosos e tão imperfeitos e o tempo e capacidade dos cidadãos de atenção tão fragmentados que não é possível produzir uma opinião pública informada, especialmente sobre acontecimentos distantes. Ora, é precisamente essa a questão que surge claramente equacionada dois anos mais tarde quando ele escreve:

“o ambiente real é demasiado grande, demasiado complexo e demasiado mutável para dele termos um conhecimento directo. Não estamos equipados para lidar com tanta subtilidade, variedade, trocas e combinações. Embora tenhamos de agir nesse ambiente, temos de o reconstruir num modelo mais simples para o podermos gerir. Para atravessar o mundo os homens têm que ter mapas do mundo” (Lippmann, 1922: 16).

O problema da democracia reside, então, em como estender e alargar o conhecimento do público, que está longe de poder ser omnicompetente, de poder ser suficientemente versado em todos os assuntos da vida colectiva. Nesta perspetiva, acrescenta Lippmann:

“as representações pessoais terão de ser complementadas pela representação dos factos não vistos e essa seria a única forma de descentralização satisfatória, permitindo-nos escapar à intolerável e impossível ficção de que cada um de nós tem de adquirir uma opinião competente sobre todos os assuntos públicos” (*ibid.*: 31).

É neste quadro que os “estereótipos” – termo que Lippmann introduz na ciência política - aparecem como os “atalhos” para a construção dos “mapas” do mundo. Tal concepção da natureza cognitiva dos cidadãos obriga a que nos afastemos de enunciar um papel prescritivo para a imprensa como um órgão vital da democracia direta. Ainda que esta possa ser comparada ao raio de um holofote que “se move agitadamente, tirando da escuridão um episódio após outro”, é impossível aos indivíduos “governar a sociedade” a partir desta luz, uma vez que ela nos

mostra essencialmente realidades episódicas, incidentes e erupções. Esta constatação levará Lippmann a preocupar-se com a criação de “uma luz própria” (*ibid.*: 229) para uma mais completa compreensão do mundo.

Perante o reconhecimento da impossibilidade do cidadão omnicompetente e “o fracasso das pessoas autónomas em transcenderem a sua experiência casual e o seu preconceito”, Lippmann advoga que essa nova luz sobre a realidade pode advir da “invenção, criação, e organização de uma maquinaria de conhecimento” (*Ibid.*: 229-230), constituída por um conjunto de intelligence bureaux ou de “observatórios”. Estes mecanismos usariam métodos científicos para gerar a informação “desinteressada” sobre questões públicas: o seu objetivo como centros de investigação seria o de fornecer recursos de conhecimento fiáveis para governação, para a vida económica e para o jornalismo. Podemos, então, concluir que a autonomia do jornalista ficaria reduzida ao registo de factos alimentados por estes “observatórios” que completam uma deslocação do intelecto para a *intelligence*.

Na verdade, esta “maquinaria de conhecimento” é “um sistema da inteligência” que pode não apenas servir os jornais (e assim os cidadãos) mas também os próprios agentes governativos. Para Lippmann (1922: 230), enquanto os jornais e os governos não puderem produzir “um quadro fiável do mundo” sobre o qual agir, pouco se poderá fazer “contra os defeitos mais óbvios da democracia”, nomeadamente, o preconceito violento, a apatia, a preferência pela curiosidade trivial, e a fome de relatos secundários sobre bezerros de três pernas, em contraste com os acontecimentos importantes, considerados enfadonhos. Deste modo, numa ideia que coincide, de algum modo, com a que vemos hoje ganhar forma na política europeia contemporânea, Lippmann acaba por substituir a ideia de governação pelos cidadãos pela ideia de governação por “peritos”.

Ainda que concordando em vários pontos levantados por Lippmann – nomeadamente sobre a enorme complexidade da vida moderna e sobre o modo como os cidadãos a podem conhecer e agir sobre ela –, John Dewey vai pensar a questão de um modo substancialmente diferente. Em causa estão, como resume Slavko Splichal (1999: 127) as seguintes preocupações:

“É mais provável que um grupo decida racionalmente se tantos indivíduos quanto possível apresentarem tantas ideias diferentes e factos quanto possível, e as discutirem? Ou é mais racional deixar a tarefa de tomada de decisão a um grupo bastante pequeno de peritos melhor educados e qualificados e excluir a população mais vasta?”.

Dewey, naturalmente, opta pela primeira solução, mas não está em total desacordo com Lippmann. Visivelmente impressionado pelo seu trabalho, Dewey concorda que existe, nas actuais democracias, um “problema de conhecimento”, um problema de “públicos”. Porém, os dois autores afastam-se na solução que apresentam. Desde logo, afastam-se no modo como veem os jornais. Refere-nos a este propósito Dewey:

“É verdade que as notícias devem tratar de acontecimentos (...). É verdade que estas, *em si mesmas*, são demasiado remotas e abstratas para serem apelativas. O seu registo será demasiado enfadonho e não sensacional para alcançar a massa de leitores. Mas permanece a possibilidade de tratar os acontecimentos de notícias à luz de um estudo contínuo e registo das condições subjacentes. A união da ciência social, acesso aos factos, e a arte da apresentação literária não é uma coisa fácil de realizar. Mas consegui-lo parece-me ser a única solução genuína para o problema de uma liderança inteligente da vida social” (Dewey, 1922: 288; itálico no original).

Nesta linha de pensamento, parece essencial que as notícias estabeleçam uma relação entre os factos para criar, por sua vez, um quadro de situações sobre as quais os homens possam atuar inteligentemente. Para Dewey, as notícias deveriam, no entanto, ser pensadas não apenas técnica, mas esteticamente. Trata-se não apenas de cuidar dos processos de inquirição das notícias – a descoberta, registo e interpretação dos factos – como do seu elemento estético, garantindo assim que os resultados dessas inquirições fossem suficientemente interessantes (Allen, 2009). Nesta perspectiva, os problemas sociais exigem uma forma alternativa de jornalismo que contribua para a formação de um público socialmente alerta e informado:

“As notícias significam algo que acaba de acontecer, e que é novo apenas porque se desvia do velho e do regular. Mas o seu significado depende da relação com o que importa, com as suas consequências sociais. Isto não pode ser determinado a menos que o novo seja colocado em relação ao velho, com o que aconteceu e foi integrado no curso dos acontecimentos. Sem coordenação e consequências, os acontecimentos não são acontecimentos, mas meras ocorrências, intrusões; um acontecimento implica aquilo de onde procede. Portanto, mesmo que descontemos a influência dos interesses privados em obter a supressão, o segredo e a interpretação errada, temos aqui uma explicação da trivialidade e da qualidade ‘sensacional’ de tanto que passa como notícias” (Dewey, 1927: 179-80).

Em todo o caso, a democracia exige uma “educação eficaz” de todos e cada um dos seus cidadãos – e não apenas uma elite privilegiada como defende Lippmann. Por isso, a solução para os problemas que o público e a democracia enfrentam têm menos que ver com “libertar e aperfeiçoar os processos de inquirição e de disseminação” (Dewey, 1927: 208) de informação aos serviços dos políticos e dos cidadãos (ou seja, maquinaria de conhecimento de Lippmann) do que com a necessidade “de melhorar os métodos e condições de debate, discussão e persuasão” (*Idem*) pelos quais os membros do público podem trocar visões e coordenar ações. Mesmo com o conhecimento especializado que os peritos dão sobre os factos, é ao público que compete julgar o significado de tal conhecimento acerca de matérias de interesse comum, que são em si o produto de debate, discussão e persuasão (*Idem*, 351-374). Noutras palavras, o público não tem, ao contrário de Lippmann, de ser composto de “indivíduos omnicompetentes”, mas deve ser composto por todos os implicados nas consequências das decisões públicas. Nesse sentido, tanto a informação especializada como a troca de informações entre cidadãos são condições necessárias da deliberação pública inteligente.

A “inteligência” que interessa a Dewey não é propriedade de um indivíduo, mas faz parte de um ideal de tomada de decisão que é a “democracia criativa” ou “inteligência social”, guiada pela razão e sensível à pluralidade de valores dos seus membros. Resume a este propósito James Bohman (2010: 64):

“A inteligência social é claramente distribuída pelos públicos de modo a fornecer as vantagens epistémicas da pluralidade: que todos sabem mais do que cada um; cada um é dependente do conhecimento de todos. Por isso, a ideia de um indivíduo omnisciente não é sequer um contrafacto plausível, uma vez que é a comunidade no seu conjunto que conhece e não algum dos seus membros como indivíduos”.

Neste quadro, importa então buscar as raízes do papel do intelectual e das suas relações com o jornalismo, que é concomitante à industrialização da imprensa, para depois o rediscutirmos na actualidade.

Da ascensão dos intelectuais e da sua ligação à imprensa aos dilemas do jornalismo como profissão opaca, aberta e contraditória.

O termo “intelectual público” parece ser uma invenção moderna, frequentemente localizada, na sua primeira e mais significativa expressão, na França do século XIX, durante o caso Dreyfus (1894-1906)². O assunto ganha destaque quando, a 13 de Janeiro de 1898, uma carta em forma de artigo com o título “*J’Acuse...!*”, redigida pelo escritor Émile Zola é publicada no diário *L’Aurore* em defesa da inocência de Dreyfus, desafiando as falsas alegações feitas por razões anti-semitas pelo *establishment* militar contra o capitão que tinha sido considerado culpado de espionagem em favor da Alemanha. Zola acusava as autoridades militares de suprimirem evidências e perverter o curso da justiça na sua investigação e subsequente condenação. No dia seguinte, o jornal publicava um texto curto, intitulado “*Une Protestation*” apoiando as acusações de Zola. Foi assinado por aproximadamente 1.200 escritores, eruditos, pro-

² Embora a palavra *intellectuel* fosse usada por Saint-Simon em 1821 e pelos romancistas Stendhal (1835) e Balzac (1845), ela não figurou nem no dicionário *Litttré* de 1876, nem no *Grand Dictionnaire Universel Larousse de 1866-78*. Por isso, considera-se que o termo entrou no vocabulário comum no momento do caso Dreyfus (Busquete e Risquete, 2005). Busquete e Risquete recordam também as origens russas da palavra “intelectual” no termo *intelligentsia*, introduzido pelo escritor Boborykin, para falar dos círculos literários e artístico que, entre os anos 1830 e 1840, contestam o governo russo e a sociedade do seu tempo, mostrando-se descontentes, críticos e independentes (*Idem*).

fessores, universitários e outras pessoas graduadas, cujos nomes foram agrupados pelas suas qualificações – “Agrégés de l’Université”, “Licenciés en lettres”, etc.. Georges Clemenceau, num editorial-comentário, referiu-se a esta iniciativa como “la protestation des intellectuels”. Mas, na verdade, esta expressão foi anteriormente utilizada num artigo de Maurice Barrès – da causa contrária dos *dreyfusards* – que ironizando sobre esta pompa de qualificações e da sua subentendida autoridade, intitulara também o seu próprio artigo de “*La protestation des intellectuels*” (Sirinelli, 1990: 25). O original passou então a ser comumente mencionado como “*Le manifeste des intellectuels*”, embora não tenha sido “um manifesto” propriamente dito, e os seus signatários não se tenham tratado a si próprios como “intelectuais”.

No seguimento desta carta, Zola foi acusado de ser um mero “intelectual”, um diletante em busca de publicidade, um populista que degradara os valores culturais em busca de um público mais vasto. Em resposta, o termo intelectual tornou-se num nome de guerra para aqueles que queriam fazer a batalha pública com o *establishment* cultural ou político. Na verdade, este ato e o papel desempenhado pelos *dreyfusards* em geral definiram o intelectual como “alguém que se mete naquilo que não é da sua conta” (Sartre, 1974: 230).

O compromisso de escritores e pensadores relativamente à detenção de Dreyfus ilustra a natureza da relação entre os intelectuais e a política nos cinquenta anos seguintes da vida francesa. Mas, como Drake (2002) mostra, a combinação das complexidades do modo de compreender com as complexidades dos acontecimentos significou que o caminho dos intelectuais foi muitas vezes tortuoso e contraditório.

Por outro lado, a conexão estabelecida entre a escrita e a intervenção política, se foi crucial para a carreira subsequente do termo “intelectual”, revela-nos também a teia de interações que se gerava entre eles e a imprensa. Na verdade, o impacto do caso Dreyfus torna-se importante entre as pessoas de letras e o resto da sociedade, não apenas porque Émile Zola era um escritor e novelista que vinha do jornalismo, mas também porque o debate tivera lugar através da imprensa escrita.

Mas também é certo que a ligação dos intelectuais à imprensa se estabelece a partir da sua designação relacionada com a tarefa de escrever,

com *escreves*, letrados, *uomini de lettere*, *hommes de lettres*, *gens de lettres*, *literaten i dichter*, estendendo-se esta ideia aos “pensadores”, “filósofos”, *savis*, *men of intellect*, *geistige o männer des geistiges*. Nesse sentido, “não se pode estranhar que a figura do intelectual se tenha identificado com a do escritor e com aquele que publica na imprensa escrita e cria opinião” (Busquet e Risquete, 2005: 12).

Como é bem conhecido, na explicação de Jürgen Habermas sobre o desenvolvimento e subsequente deterioração da esfera pública burguesa, os intelectuais surgem como os representantes de uma esfera pública emergente (Habermas, 1989). Os escritores ingleses, nos denominados *pubs*, a partir de meados do século XVII, já no séc. XVIII, os Enciclopedistas de uma França pré-revolucionária e os *philosophes* franceses, nos salões, bem como os filósofos alemães nas sociedades eruditas ou, ainda mais tardiamente, os escritores portugueses nos salões e nos cafés, todos se reuniram num espaço social para participar como pensadores independentes numa discussão aberta sobre assuntos de interesse cultural e político.

Esta identificação, no entanto, não foi apenas presidida pelo intelecto, pelo impulso político ou pela busca do ideal kantiano de livre e racional deliberação que Habermas (1989) vê no espaço público de oitocentos. Robert Darnton recorda que o clima intelectual da imprensa na França do velho regime era também composto por um sub-mundo de intelectualidade:

“A República das Letras era povoada de pobres diabos, homens de carne e osso, que lutavam para manter as suas vidas miseráveis fazendo os trabalhos que lhes aparecessem - compilar antologias, escrever para jornais, vender manuscritos, vender livros proibidos e espionar a polícia” (Darnton, 1982: 109).

E se o século XIX trouxe novas transformações e inovações à imprensa e aos seus profissionais, não é certo que, como afirma William Reddy (1994: 1550), “o resultado destas inovações tenha sido colocar o jornalista individual um pouco mais perto do ideal de Kant e de Habermas da deliberação pública, livre e racional (...); na melhor das hipóteses, o movimento nessa direção foi apenas progressivo”. Acrescenta ainda o autor:

Livros LabCom

“Os jornalistas lutaram, não para agradar a caprichosos patronos aristocráticos, mas para conciliar os imperativos privados dos seus empregadores e os seus próprios desejos de sucesso pessoal e familiar com o imperativo público da discussão racional, aberta” (*Idem*).

Essa é certamente uma das razões pelas quais a imprensa da época é tão vilipendiada, como se lê nas palavras de Émile de Girardin, num discurso proferido no parlamento e publicadas em 1836:

“Para cobrir o imposto de selo e utilizar o privilégio comprado por um oneroso depósito de segurança, deve admitir-se que os jornais muitas vezes não têm outro método para conseguir um público leitor suficientemente grande a não ser multiplicar as disputas políticas e antipatias sociais, produzir ocasionalmente exasperação e a suspeita, por meio da má-fé sistemática, pela inexatidão, nas suas reportagens sobre o parlamento, e pela injustiça mútua de atacar onde quer que o outro lado pareça vulnerável” (Girardin, *apud* Reddy, 1994: 1551).

O “público” e a necessidade de o alargar é então o que vai configurar a imprensa e, com ela, a presença e a identidade dos que nela participam intelectualmente. Se, ao longo de quase todo o século XIX jornalistas e escritores se misturam e constituem a frente pública da intelectualidade da época, as transformações ocorridas na imprensa, que se fazem sentir de um modo muito claro nas primeiras décadas do século, configuram novos papéis para os intelectuais, os jornalistas e o público.

Importa, pois, olhar mais de perto como a visão do jornalismo – encarado como participação e intervenção cívica e ‘simples’ provedor de informação, destinado a alimentar a opinião pública – representa um dilema transversal que marca a sua história, tradições políticas e culturais e pressupostos normativos fundadores.

De um modo geral, portanto, ao longo do século XX, os intelectuais veem-se afetados não apenas por uma nova configuração da imprensa, que se industrializa e cria os seus próprios profissionais, detentores de um saber-fazer e uma racionalidade prática própria, mas também pela transformação das suas condições de vida e a sua progressiva “institucionalização” nas universidades. Por seu lado, os jornalistas confrontam-se

com o aparecimento de novos poderes resultantes da industrialização da imprensa, bem como com a necessidade de uma crescente especialização no interior da profissão. Por um lado, o desenvolvimento dos jornais de circulação de massa levou ao poder crescente dos proprietários do jornal que, como referem os trabalhos de Mark Hampton (1999, 2004a, 2004b, 2005), em países como a Inglaterra, se materializou na emergência dos “barões da imprensa”. Por outro lado, a percepção crescente que o jornalismo era “simplesmente um negócio”, produziu uma crescente separação entre proprietários e os jornalistas, o que estimulou uma auto-imagem entre estes últimos como “trabalhadores intelectuais”, cujos interesses – como de resto os de outros trabalhadores – necessitava de proteção sindical (Hampton, 1999) e legal.

Na sua relação com os públicos, a industrialização da imprensa significou também que “a revolução levou ao triunfo das notícias sobre os editoriais e os factos sobre as opiniões, uma mudança moldada pela expansão da democracia e do mercado que levaria, ao longo do tempo, ao compromisso desconfortável do jornalista com a objectividade” (Schudson, 1978: 14). Com efeito, o jornalismo, tal como hoje o conhecemos, tem as suas origens próximas no séc. XIX e distingue-se pela tentativa crescente de produzir uma abundância, exactidão, actualidade, facticidade e credibilidade da informação, bem como pela maior presença das notícias internacionais, alimentadas por uma vasta rede de correspondentes. Este novo jornalismo implicou também novas formas de organização e produção de conteúdos que transformaram as redacções e o próprio perfil do profissional do jornalismo e dos seus profissionais.

Na sequência destas transformações, Jay Rosen (2000) caracterizou, de uma forma que nos parece ilustrativa, o contrato de objectividade que estrutura a relação profissional entre jornalistas e entidades patronais, que se implanta definitivamente nos anos 20 e 30 do séc. XX. Segundo Rosen, esse contrato poderia ser apresentado da seguinte forma:

“Vocês editores, dão-nos o direito de relatar as notícias de uma forma independente e deixam-nos em paz, e em troca não vos causaremos demasiados incómodos por introduzir a nossa política nas notícias” (Rosen, 2000: 140).

Para Rosen, este contrato é também uma troca onde os jornalistas

ganham a sua independência no relato de “estórias”, mas, em contrapartida, aceitam prescindir da sua voz.

Gabriel G. Lopez (2000: 21-22) salienta as repercussões que estas transformações tiveram na adopção de novas técnicas retóricas como é o caso da pirâmide invertida que fazem parte, entre outros procedimentos, de uma certa tecnicidade do jornalismo como profissão .

Do mesmo modo, também a reportagem e a entrevista se impuseram como géneros discursivos próprios do jornalismo, vincando ainda mais a função específica do redactor e do repórter, relativamente ao colunista político e literário. Bernard Voyenne sublinha como a reportagem teve um papel importante para o reconhecimento da figura do repórter, considerado, até então, como “a mais sombria categoria das pessoas da imprensa” (Voyenne, *apud* Ferenczi, 1996: 48). O domínio da técnica da pirâmide invertida, da reportagem e da entrevista são factores que contribuem para a construção da ideia do jornalista como um “perito”, ideia que, como vimos, vai encontrar uma expressão diferente no pensamento de Walter Lippmann.

Christian Delporte (1999: 107), por seu lado, salienta o facto de a consciência profissional do jornalista ser forjada na convivência de um grupo de redactores permanentes, num espaço de trabalho comum, reconfigurando as salas de redacção, até aí mais parecidas com salões, em lugares mais condicentes com um local de trabalho e de comunicação. Mas outros aspectos sociológicos são igualmente de salientar: o aumento do número de jornais e de jornalistas; o acesso crescente das classes médias à profissão, que deixa de ser um reduto da aristocracia política e literária; a crescente separação entre a figura do jornalista e do editor do jornal – este último cada vez mais remetido a um papel de gestor –; a emergência do papel do chefe de redacção e do secretário de redacção; o aparecimento de inúmeras associações profissionais ao nível sectorial, nacional e internacional.

Esta mudança reflecte-se também nas transformações dos valores do jornalismo expressos em códigos deontológicos dos jornalistas. Eles são o resultado do intenso debate que se inicia nos finais do séc. XIX, em torno da industrialização da imprensa, do consequente poder dos media na vida pública e da profissionalização do jornalismo. Os valores evocados

começam por ser geralmente os da dignidade, da honra, da verdade e da honestidade, criados em torno das imagens míticas do jornalismo, desde Renaudot até ao primeiro quarto do século passado, e correspondem em grande medida ao ideal das Luzes, implicando, em rigor, tanto os jornalistas quanto os homens de letras. No entanto, a história da imprensa, no final do séc. XIX, tenderá a diferenciar as responsabilidades resultantes da liberdade do intelectual – que busca a “verdade” no livre uso da sua razão e nas opiniões que publica na imprensa –, das responsabilidades inerentes às funções do jornalista. Neste contexto, os valores do jornalismo tenderão a evoluir da ideia de um aperfeiçoamento moral dos sujeitos para um conceito cada vez mais operativo, visando dar resposta a problemas quotidianos das redacções, onde se cruzam os interesses distintos dos proprietários, dos publicitários, dos leitores, das fontes, e dos próprios jornalistas. Como afirma Delporte (1999: 271-272), a moral jornalística torna-se mais humana e deixa de se expressar apenas por alguns arautos do jornalismo, incidindo sobretudo no exercício honesto da profissão.

Na base destas mudanças está também em causa uma transformação mais vasta do público, a razão de ser de intelectuais e de jornalistas. Se os ideais da imprensa de “educar o povo” cada vez mais se misturavam com o ideal de “representar o povo”, são os diferentes entendimentos da capacidade deste de compreender e agir sobre o mundo com base nas informações que lhe são dadas que determina os possíveis papéis atribuídos aos jornalistas e aos próprios intelectuais.

A discussão que acabámos de fazer mostra um dos primeiros dilemas que envolveram a profissão e a intelectualidade do espaço público, aquando da transformação deste pela industrialização da imprensa. Mas o conceito de jornalismo moderno está longe de obedecer a um modelo estático ao longo da sua história. Com efeito, o estudo dos canadianos Jean Charron e Jean Bonville (2004) mostra como a preponderância dos factores económicos e tecnológicos não deixaram de alterar o modelo de produção dos conteúdos jornalísticos ao longo dos últimos 150 anos, tornando-o contemporaneamente mais próximo de um “jornalismo de comunicação”, do que do ideal-tipo do jornalismo informativo, predominante durante os primeiros três terços do séc. XX e que marcou uma

alteração em relação ao jornalismo de opinião que caracterizou os sécs. XVIII e XIX.

Mas estes aspectos que temos vindo a referir caracterizam bem a opacidade da profissão dos jornalistas, de que nos fala Denis Ruellan, que tem permitido manter o jornalismo como uma profissão aberta e capaz de responder às mudanças sistemáticas de que tem sido alvo nas últimas décadas, em grande medida ditadas pela inovação tecnológica e pelas novas condições de realização do mercado dos media. Deste modo, os jornalistas “conservaram e tornaram possível” dois aspectos essenciais da representação da sua identidade profissional: uma profissão de “criadores, não obstante a sua condição de assalariados; uma actividade necessariamente livre, realizada em nome do interesse colectivo” (Ruellan, 1997: 98).

Esta opacidade é reforçada pelo facto de o jornalismo ser um resultado tanto da sua dimensão técnica que está longe de se poder sistematizar e fixar com rigor, quanto de um *savoir-faire* de ordem criativa implícita nas narrativas audiovisuais, fotográficas e literárias (Cornu e Ruellan, 1993:153).

Para além disso, essa opacidade não deixa de estar presente nos valores, alguns deles consagrados nos códigos deontológicos e nas leis dos Estados, nomeadamente no que se refere ao reconhecimento da cláusula de consciência e dos direitos de autor dos jornalistas, sobre os conteúdos produzidos nos *media*. Segundo Hugo Aznar, a cláusula de consciência surgiu como uma prerrogativa dos jornalistas da secção política e num contexto histórico marcado pelo início da Revolução Russa, o avanço das ideias republicanas no Sul da Europa, e o surgimento dos regimes fascistas. Nesta altura, o posicionamento político dos jornais era assumido de forma clara, acabando por envolver ideologicamente quantos neles trabalhavam (Aznar, 2005: 170 e ss). A abordagem que o Bureau Internacional do Trabalho faz no seu relatório de 1928, sobre as Condições de Trabalho e de Vida dos Jornalistas é a este propósito eloquente:

“O jornalista não é apenas uma pessoa que ganha a vida; geralmente, é também uma pessoa que tem opiniões ou convicções que utiliza no seu trabalho. Enquanto noutras profissões, as opiniões políticas, as convicções religiosas podem ser completamente separadas da prática profissional, podendo nós ser considerados conservadores ou progressistas sem

que daí resulte alguma consequência para a forma como fabricamos um relógio, curamos doentes ou construímos uma ponte, as opiniões e as convicções de um jornalista são, na maior parte dos casos, um dos elementos constitutivos da sua actividade. (...) O apego que qualquer pessoa tem pelas suas convicções e o respeito que cada um deve às ideias dos outros confere ao jornalista uma nobreza indiscutível, ao mesmo tempo que o expõem perante riscos reais. Com efeito, mais do que as crises económicas, as crises que estalam no domínio das ideias atingem cruelmente o jornalista no seu ganha-pão” (Jones, 1980: 12-13).

Do mesmo modo, as estruturas representativas dos jornalistas, quer nacionais quer internacionais, têm-se batido activamente para que “todos os trabalhos jornalísticos – sejam textuais, fotográficos, audiovisuais ou outros – devem ser protegidos e todos os criadores de trabalhos jornalísticos devem ser reconhecidos como autores, sejam eles freelancers, empregados do quadro ou trabalhadores temporários ou com contrato” (Sindicato dos Jornalistas, 2007).

Embora muito centrada nas questões remuneratórias, esta reivindicação do jornalista como autor – colocando-o paredes meias com o intelectual – é, no entanto, limitada pelas exigências éticas e deontológicas de independência, de rigor e exactidão no tratamento da informação, na separação de factos e opiniões e na interpretação dos acontecimentos. Casos há de jornalistas que foram suspensos por participação em actividades públicas de carácter político, que viram o seu comportamento criticado pela classe devido à sua participação em listas eleitorais, ou em que a filiação político-partidária foi objecto de impedimento nos códigos de conduta das empresas onde trabalhavam. Estes factos não deixam de comprometer a própria ideia do intelectual obrigando, no mínimo, a circunscrevê-la às exigências de uma neutralidade inerente ao seu papel de mediador do espaço público.

Intelectualidade e autonomia

Como vários autores fizeram notar (Bourdieu 1989, Bauman 1995), a ascensão e queda do intelectual moderno tornou-se um fenómeno dis-

tintivo da modernidade. Nos anos 1920, Julien Benda protestaria contra “a traição dos intelectuais” porque, aos seus olhos, este grupo social não cumpria o seu papel como reformadores independentes, sociais e críticos. Pelo seu lado, Antonio Gramsci (1971, 1974) analisava a forma como os intelectuais cederam a sua autonomia, como estavam implicados no apoio dos interesses de um determinado grupo, distinguindo intelectuais “tradicionais” e “orgânicos”, consoante o seu papel na modificação social tanto como a sua posição de classe. O seu trabalho sobre os segundos foi particularmente influente nos estudos culturais e dos *media* e na definição do próprio jornalista.

Desde então, a noção de declínio dos intelectuais figura proeminentemente no trabalho de muitos autores, seja por processos de institucionalização, profissionalização ou a comercialização da vida intelectual. Lamentando a ausência dos intelectuais ou a sua invisibilidade (Bauman, 1992) ou o desaparecimento do intelectual não-académico (Jacoby 1987, Posner, 2001), lamenta-se também que a morte do intelectual tenha deixado um vazio na vida pública (Ignatieff, 1997).

Mas a questão diz não apenas respeito ao papel do intelectual, mas também à natureza da vida pública e da cultura. *Em La Defaite de la Pensée*, o filósofo francês Alain Finkielkraut sublinha como tudo está sujeito à ideia de criação, na condição que traga a assinatura de um grande estilista. Nesse sentido “um par de botas tem o mesmo valor que Shakespeare ou uma banda desenhada com uma intriga palpitante e boas imagens equipara-se com um romance de Nabokov, ou um jogo de futebol a um ballet de Pina Baush” (Finkielkraut, 1987: 152).

Na base destas análises está também aquela que já vimos ter sido a transformação da esfera pública e o poder crescente dos meios de comunicação, que se desenvolverá mais plenamente ao longo do século XX, de um modo que será também um tema a marcar o pensamento sobre os intelectuais. Foi nesse sentido que C. Wright Mill, dedicando uma especial atenção aos intelectuais (Mills, 1963/1944), viria a contrastar a sociedade de massa com uma democracia de públicos, o sonho fundador da sociedade americana:

“As questões que agora moldam o destino de homem não são nem levantadas nem decididas pelo público em geral. A ideia de comunidade

de públicos não é uma descrição de um fato, mas uma afirmação de um ideal (...). Pois agora o público da opinião pública é reconhecido por todos aqueles que o consideraram cuidadosamente como algo menor do que outrora foi. Estas dúvidas são afirmadas positivamente na afirmação de que a comunidade clássica de públicos está a ser transformada numa sociedade de massas. Esta transformação, de fato, é uma das chaves do significado social e psicológico da vida moderna na América” (Mills 1963/1954: 353).

Como vimos, para os estudos de comunicação este é um dado importante: o público e a massa podem ser sobretudo distinguidos pelos seus modos dominantes da comunicação. Numa comunidade de públicos, a discussão é um meio de formação da opinião, e os meios de comunicação de massa simplesmente alargam e animam essa discussão. Contudo, numa sociedade de massa, são os *media* que constituem o tipo dominante da comunicação e os públicos tornam-se meros mercados destes (Mills, 1956: 2).

Outro tema presente na literatura sobre o intelectual tem a ver com a questão de saber como ele é definido, ou seja, pelo seu dever de intervenção nos assuntos públicos. E embora esta imagem do intelectual possa ter, como Bauman (1992) nota, funcionado mais como um projeto ou apelo à mobilização, do que como uma definição empírica, ela aspirou a demonstrar o valor social da missão intelectual, tendo um ímpeto político forte patente, por exemplo, no trabalho de Jean-Paul Sartre. Para Sartre, com efeito, a tarefa dos intelectuais críticos - os “técnicos do conhecimento prático” que se tornaram insatisfeitos com as contradições da sua situação, entre liberdade e controlo - é testemunhar, analisar, expor, e criticar uma larga variedade dos problemas sociais.

Também para Eduard Said (1994: 9) o papel do intelectual deve ser “levantar questões embaraçosas, confrontar a ortodoxia e o dogma (em vez de o produzir) [e] ser alguém que não pode ser facilmente cooptado por governos e corporações”. Estas são missões nobres do intelectual: ser um tribunal do povo e falar alto como uma voz solitária contra a injustiça. Estas missões não estão longe dos ideais que o jornalista gostaria de reclamar para si. No entanto, dada a profunda

transformação da esfera pública e do jornalismo, ambos parecem arreados da missão.

Em primeiro lugar, para os intelectuais porque, face aos *media* e, em particular, à televisão, eles transformaram-se numa outra coisa:

“Eles são os Zolas que publicariam manifestos como “J’acuse” sem terem escrito *L’Assomoir* ou *Germinal*, ou os Sartre que assinariam petições ou estariam à frente de manifestações de protesto sem terem escrito *O Ser e o Nada* ou *Crítica da Razão Dialética*. Eles querem que a televisão lhes dê uma notoriedade que, antes, apenas uma vida inteira, por vezes obscura, de trabalho e pesquisa, podia dar. Eles apenas retêm os sinais exteriores e as áreas visíveis do intelectual, os manifestos, os protestos, as exposições públicas” (Bourdieu e Haake, 1995: 52).

Em segundo lugar, esta transformação teve também incidências na figura do jornalista. Se a necessidade de viver de um modo não apenas intelectual mas também material é uma das razões para a transformação dos intelectuais, para os profissionais dos *media* tal situação introduz também dilemas profundos na vivência da sua autonomia:

“a crescente proletarização dos trabalhadores dos *media* dentro de impérios e conglomerados mediáticos e um crescente mercado de trabalho precarizado cria as condições para potenciais fissuras entre os próprios intelectuais dos *media* nos seus diferentes papéis como quadros profissionais do capital mediático ou como representantes do quarto poder” (Granham, 1995: 377).

A estes aspectos, há ainda a considerar o facto de ambos, jornalistas e intelectuais, partilharem a necessidade de comunicar com públicos crescentes e já não apenas com as elites. É nesse sentido que Russell Jacoby (1987: 235) diz que a definição de um intelectual público “tem de incluir um compromisso não apenas para com um domínio profissional ou privado, mas para com um mundo público – e uma linguagem pública, o vernacular”, pelo que podemos igualmente analisar o papel dos jornalistas que “mantêm viva a tradição de escrever sobre questões públicas numa linguagem pública” (Jacoby, 1987: 222). Nesta análise, não se trata de nos colocarmos ao lado das versões ideologizadas

do jornalista como homem público, ou o seu compromisso irreduzível para com o público, nem de nos juntarmos ao coro dos que veem neles os novos pseudo-intelectuais. Por isso, secundamos a visão de Jacoby que é, antes de mais, muita atenta à realidade desta profissão. Esta, por um lado, compõe-se de uma forte diversidade de profissionais, que se abriga debaixo de um mesmo nome. Como sublinha Jacoby, o “«jornalistas» é um termo guarda-chuva; inclui todos os que trabalham em televisão, rádio e imprensa, subdividindo-se depois em pessoal (a tempo inteiro) e a tempo parcial, ou *free lancers*”, acrescentando que “os jornalistas de televisão, constituem a sua própria espécie; poucos em número, têm grandes salários e por vezes muita atenção. Como tudo em televisão, os pecados (e as virtudes) dos seus jornalistas, espalham-se pela terra” (Jacoby, 1987: 222). Por outro lado, também é necessário atender às condições históricas e sociais em que a atividade intelectual se desenvolve:

“Tal como o recinto universitário define os académicos, o jornal define os jornalistas; eles trabalham sob os constrangimentos de tarefas e prazos finais. Estas restrições pesam sobre todo o trabalho jornalístico, mas também refletem períodos históricos específicos” (Jacoby, 1987: 223).

Além disso, estas condições históricas de desenvolvimento do trabalho afetam a própria identidade do jornalista. Se é certo que, para autores como Ruellan, a abertura e a opacidade do jornalismo como profissão faz parte da sua própria essência, ela não se coloca sem problemas sobre a forma como os próprios jornalistas se pensam. Recordamos as palavras de Diana Andringa, então presidente do Sindicato dos Jornalistas, quando, em 1998, no 3.º Congresso Nacional dos Jornalistas se referia à condição dos profissionais:

“Nós jornalistas, de tanto convivermos com o poder, temos, por vezes, uma errada percepção sobre o nosso estatuto: mas não somos profissionais liberais; somos trabalhadores por contra de outrem, muitas vezes em situações precárias e sempre sujeitos a uma imensa competição, numa profissão a que se chega quando alguém nos contrata para exercê-la” (Andringa, s.d.: 35).

Mais recentemente, António Rego questionava-se, com maior contundência se ainda existem jornalistas livres, numa sintomática formulação do sentimento que afecta muitos jornalistas:

“A fábrica em que trabalham, pública ou privada, tem regras, objectivos, métodos, que utiliza o jornalismo para um fim que não é o de informar, formar ou divertir. É um instrumento de poder, fatia de um grande queijo que funciona como artefacto de lucro ou aparelho de propaganda. Que precisa de bons profissionais que tornem o produto apetecível, vendável ou politicamente persuasivo. Está em laboração contínua na corrida ao primeiro lugar, à liderança, ao domínio do mercado ou ao peso da influência, com capacidade de comunicação, resposta pronta, antecipação arrojada. É um campo de batalha a informar, a cultivar, a divertir” (Rego, 2008: 5).

Conclusão

O estatuto de “tribo” dos jornalistas não é, como Traquina nos ensinou, estanque ao múltiplo conjunto de interações que os jornalistas estabelecem com a sociedade e o próprio mundo intelectual académico. A experiência que Nelson Traquina nos deixa, e à qual prestamos aqui um reconhecimento público, poderá ser vista neste prisma: como um profissional do jornalismo e, posteriormente, um académico que estabeleceu pontes entre estes dois campos, contribuindo de uma forma marcante para o aprofundamento do pensamento e a discussão pública sobre o jornalismo em Portugal, tirando partido da autonomia e do espaço de reflexão concedido pela Universidade.

A capacidade de manter esta ligação entre o campo intelectual e o jornalismo representa um movimento contrário posto em marcha pela industrialização da imprensa em finais do século XIX, marcado por uma crescente separação entre os intelectuais como homens de letras e os jornalistas como profissionais especializados na produção de conhecimento.

Por isso, os limites do trabalho jornalístico autónomo e os limites

de conhecimento dos próprios cidadãos foram um tema que preocupou desde logo alguns pensadores que viram na imprensa uma poderosa instituição de que dependia o próprio funcionamento da democracia. Desde então, jornalistas e intelectuais nunca deixaram de se constituir como matéria de reflexão e, entre o muito que se tem dito e escrito sobre os segundos nas últimas seis décadas, dois argumentos parecem persistentes: que os intelectuais públicos estão em sério declínio e, de forma mais polémica, que a necessidade da sua reemergência faz-se agora especialmente sentir. O mesmo se poderá dizer da figura do jornalista que parece irremediavelmente afastado dos seus ideais de autonomia e de intervenção crítica sobre os poderes instituídos. Mas há também, em torno destes argumentos, algum acordo sobre a necessidade de termos em conta uma série de modificações estruturais ao longo dos séculos XIX e XX que afetaram fundamentalmente as formas como concebemos o domínio público e os tipos de interação que nele se gera. Entre elas destacamos: as formas de interação social a partir das quais os públicos foram definidos; a transformação dos meios de comunicação e sua penetração por interesses comerciais; o desenvolvimento de novas tecnologias de informação; a expansão do ensino superior; uma crescente fragmentação e complexificação dos domínios públicos que habitamos; a crescente privatização do espaço público e as formas simplificadas de como “ser um público” tende a ser pensada; e, finalmente, as profundas consequências que estas transformações tiveram sobre a identidade do jornalista como intelectual público.

A partir das teses de Richard Sennett, Jeremy Rifkin e André Görz, entre outros, sobre as novas formas do capitalismo contemporâneo tivemos já, noutro lugar, oportunidade de fazer uma crítica sobre a autonomia dos jornalistas em consequência da racionalização e deslocalização das redações, da precariedade, de desprofissionalização, de hiper-concorrência e da “juvenilização” e perda de memória (Camponez, 2011). A não ser que ponhamos em causa o próprio modelo de intelectual que herdámos do final do séc. XIX, na sua função comunicativa e mediadora, criativa, legitimadora, reflexiva, crítica e profética, de que nos falam Jordio Busquete e Jaume Risquete (2005), como ver

o papel dos jornalista/intelectual neste contexto a não ser como uma espécie em vias de extinção?

É inegável, além disso, que a “nova configuração intelectual” que reúne jornalistas e intelectuais enfrenta desafios crescentes, tendo em conta, nomeadamente, os processos de “canibalização” do próprio conceito de intelectual por parte do campo jornalístico, submetendo-o a uma lógica de *fast-thinkers* ao serviço dos critérios comerciais dos *media*, como denuncia Pierre Bourdieu (1989, 1997), Bourdieu e Haake (1995), entre outros autores. Isto, quando não são os próprios jornalistas a recusarem integrar-se no próprio campo intelectual, de que temem as críticas, (Le Bohec, 2000, 10 e 189) e não raramente fazem questão de se distanciar.

Bibliografia

ALLEN, S. (2009), “Journalism and its publics: the Lippmann–Dewey debate”, in Allen, S. ed., *The Routledge Companion to News and Journalism Studies*, London: Routledge, pp. 60-70.

ANDRIGA, D. (s.d.), «Intervenção em nome do Sindicato dos Jornalistas», in AAVV, 3º Congresso dos Jornalistas Portugueses – Conclusões, teses, documentos, Lisboa: Comissão Executiva do III Congresso dos Jornalistas Portugueses.

AZNAR, H. (2005), *Comunicação Responsável – A auto-regulação dos media*, Porto: Porto Editora.

Benda, J. (1969/1928), *The Treason of the Intellectuals (La Trahison des Clercs)*, New York: W. W. Norton and Company.

BORDIEU, P. (1989), “The corporatism of the universal: the role of intellectuals in the modern world”, *Telos*, 81, pp. 99–110.

BORDIEU, P. (1997), *Sobre a Televisão*, Oeiras: Celta Editora.

BORDIEU, P. e Hans Haake (1995), *Free Exchange*, Stanford: Stanford University Press.

- BAUMAN, Z. (1992), “Love in adversity: on the state and the intellectuals, and the state of the intellectuals”, *Thesis Eleven*, 31, pp. 81–104.
- BAUMAN, Z. (1995), *Life in Fragments*, Oxford: Blackwell.
- BOHMAN, J. (2010), “Participation through publics: did Dewey answer Lippmann?”, *Contemporary Pragmatism* 7 (1), pp. 49-68.
- BRIN, C., Charron, J., Bonville, J. (2004), *Nature et Transformation du Journalisme – Théorie et recherches empiriques*, Laval: Les Presses Universitaires de Laval.
- BUSQUET, J. e RISQUETE, J. (2005) “Del filòsof com a intellectual a l’intellectual mediàtic”, *Trípodos*, n. 17, pp. 10-58.
- COLLINI, S. (2006), *Absent Minds: Intellectuals in Britain*, Oxford: Oxford University Press.
- CORNU, G., Ruellan, D. (1993), “Technicité intellectuelle et professionnalisme des journalistes”, *Réseaux*, volume 11, n.º 62, pp. 145-157.
- DARNTON, R. (1982), *The Literary Underground of the Old Regime*, Cambridge e Londres: Harvard University Press.
- DELPORTE, C. (1999), *Les Journalistes en France (1880- 1950) – Naissance et construction d’une profession*, Paris : Seuil.
- DRAKE, D. (2002), *French Intellectuals and Politics from the Dreyfus Affair to the Occupation*, Londres: Palgrave Macmillan.
- CAREY, J. (1989), *Communication as Culture*, New York: Routledge.
- DEWEY, J. (1927), *The Public and Its Problems*, New York: Holt.
- DEWEY, J. (1983/1922) “Public Opinion by Walter Lippmann”.
- DEWEY, J. *The Middle Works 13: 1921-1922*, ed. Jo Ann Boydston, Carbondale, Southern Illinois: University Press, pp. 337-44.
- DEWEY, J. (1984/1925) “The Phantom Public by Walter Lippmann” in John Dewey: *The Later Works 2: 1925-1927*, ed. Jo Ann Boydston, Carbondale: Southern Illinois University Press, pp. 213-220.

FERENCZI, T. (1996), *L’Invention du Journalisme en France – Naissance de la presse moderne à la fin du XIXe siècle*, Paris: Editions Payot & Rivages.

FINKIELKRAUT, A. (1987), *La Défaite de la Pensée*, s.l.: Gallimard.

GARNHAM N. (1995), “The media and the narratives of the intellectual”, *Media, Culture and Society*, 17, pp. 359-384.

GRAMSCI, A. (1971), *Selections from the Prison Notebooks*, London, Lawrence and Wishart.

GRAMSCI, A. (1979), *Os Intelectuais e a Organização da Cultura*. 3.^a Ed., Rio de Janeiro, Civilização Brasileira.

HABERMAS, J. (1989), *The Structural Transformation of the Public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*, Cambridge, MA: MIT Press

HAMPTON, M. (1999), “Journalists and the professional ideal in Britain: The Institute of Journalists, 1884–1907”, *Historical Research*, 72 (178), pp. 183–201.

HAMPTON, M. (2004a), *Visions of the Press in Britain, 1850–1950*, Urbana, IL e Chicago: University of Illinois Press.

HAMPTON, M. (2004b) “Liberalism, the press, and the construction of the public sphere: Theories of the press in Britain, 1830-1914”, *Victorian Periodicals Review*, 37 (1), pp. 72-92

HAMPTON, M. (2005), “Defining journalists in late-nineteenth century Britain”, *Critical Studies in Media Communication*, 22(2): 138-155.

IGNATIEFF, M. (1997), “The decline and fall of the public intellectual”, *Queen’s Quarterly* 104, pp. 395–403.

JACOBY, R. (1987). *The Last Intellectuals: American Culture in the Age of Academe*, New York: Basic books.

JANSEN, S. C. (2008). “Walter Lippmann, straw man of communication history,” in David, W. P, e Pooley, J. eds., *The History of Media and Communication Research: Contested Memories*, New York: Peter Lang, pp. 71-112.

JANSEN, S. C. (2009). “Phantom conflict: Lippmann, Dewey, and the fate of the public in modern society”, *Communication and Critical/Cultural Studies*, 6:3, pp. 221-245.

JONES, C. (1980). *Déontologie de l’Information, Codes et Conseils de Presse, Codes et Conseils de Presse*, Paris : UNESCO.

KELLNER, D. (1995). “Intellectuals and new technologies”, *Media, Culture & Society*, 17 (3); pp. 427-448.

LE BOHEC, J. (2000). *Les Mythes Professionnels des Journalistes*, Paris e Montréal: L’Harmattan.

LIPPMANN, W. (1920). *Liberty and the News*, New York: Harcourt, Brace and Howe.

LIPPMANN, W. (1922). *Public Opinion*, New York: Free Press.

LIPPMANN, W. (1925). *The Phantom Public*, New York: Harcourt Brace.

MILLS, C. (1956). *The Power Elite*, New York: Oxford University Press.

MILLS, C. (1963/1944). “The social role of the intellectual”, in Horowitz ed., *Power politics and people. The collected essays of C. Wright Mills, Power, Politics and People*, New York: Oxford University Press, pp. 292-304.

MILLS, C. (1963/1954). “Mass society and liberal education”, in Horowitz ed. *Power politics and people. The collected essays of C. Wright Mills, Power, Politics and People*, New York: Oxford University Press, pp. 353–373.

POSNER, R. (2001). *Public Intellectuals: A Study of Decline*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

REDDY, W. M. (1994). "Condottieri of the pen: journalists and the public sphere in post-revolutionary France (1815-1850)", *The American Historical Review*, 99(5), pp. 1546-1570.

REGO, A. (2008). «Haverá jornalistas livres?», *Agência Ecclesia (Igreja e Media – Em busca de novas sintonias)*, n.º 1145, 29 de Abril.

RIEFFEL, R. (1983). "Analyse de l'élite des journalistes – Questions de méthode", *Revue française de science politique*, 33ème année, n.º3, pp. 455-479.

RIEFEEL, R. (1992). "Journalistes et intellectuels : une nouvelle configuration culturelle?", *Réseaux*, volume 10 n.º 51. pp. 11-24.

ROSEN, J. (2000). « Para além da objectividade », in Traquina, N., *Revista de Comunicação e Linguagens , Jornalismo 2000*, n.º 27, pp. 139-150.

SAIDS, E. (1994). *Representations of the Intellectual*, London: Vintage.

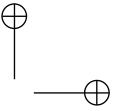
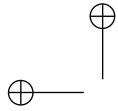
SARTRE, J. P. (1976). "A Plea for intellectuals", in *Between Existentialism and Marxism*, New York: William Morrow, pp. 228-285.

SINDICATO DOS JORNALISTAS (2007). "Apelo à defesa dos direitos de autor dos jornalistas", in URL: <http://www.jornalistas.eu/?n=5647> (20-02-2012).

SCHUDSON, M. (1978). *Discovering the News: A Social history of American Newspapers*, New York: Basic Books.

SCHUDSON, M. (2008). "The 'Lippmann-Dewey Debate' and the Invention of Walter Lippmann as an Anti-Democrat 1986-1996", *International Journal of Communication* Vol. 2, pp. 1031-1042.

SCHUDSON, M. (2006). "The Trouble with experts and why democracy needs them", *Theory and Society*, 35:491-506.

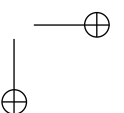
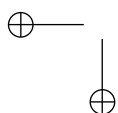


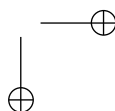
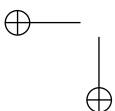
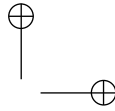
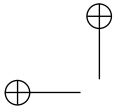
SIRINELLI, J. F. (1990). *Intellectuels et Passions françaises: Manifestes et pétitions au XXe Siècle*, Paris: Fayard.

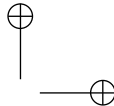
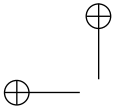
SPLICHAL, S. (1999). *Public Opinion: developments and controversies in the twentieth century*, Lanham, MD: Rowman and Littlefield.

TRAQUINA, N. (2001). *O Estudo do Jornalismo no Século XX*, Rio de Janeiro: Unisinos.

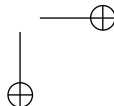
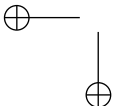
WARNER, M. (2002). *Publics and Counterpublics*, New York: Zone Books.







CAPÍTULO 4



A construção social da realidade e o jornalismo como profissão especializada

João Carlos Correia

Quando há um pouco mais de 20 anos, em Portugal, os estudos jornalísticos começaram a ganhar densidade e relevo que permitissem falar-se de teorias do jornalismo como um espaço reconhecido e limitado no seio das Ciências da Comunicação, o professor Doutor Nelson Traquina surgiu como um impulso central nesta área da pesquisa.

Pouco se falava de Manning White, Johan Galtung e Mari H. Ruge, Solosky, Steven Hackett, E. Barbra Philips. Raramente eram citados Harvey Molotch e Marilyn Lester, Michael Schudson, Gaye Tuchman, Hallin e Mancini, Schelesinger e Hall, Dan Schiller, Barbie Zelizer, Jay Rosen entre outros autores referidos nas aulas que surgiram na Antologia “Jornalismos, questões, teorias e “estórias” (1993) e nos dois números de natureza pioneira que coordenou na Comunicação & Linguagens.

Em Portugal, não se conheciam em detalhe as abordagens sobre processos de rotina, ideologia profissional, comunidade interpretativa, tipificação e enquadramento. Pouco se falava do jornalismo como forma de conhecimento, do seu papel na construção social da realidade, do profissionalismo jornalístico e, especialmente, eram pouco conhecidos os textos fundadores de origem anglo-americana, muitos dos quais tinham as suas raízes na teoria social europeia, com a qual desenvolviam uma séria relação académica.

O autor deste texto, no seu percurso pessoal e académico, envolveu-se neste ponto de pesquisa, o qual esteve presente na tese de Doutora-

mento apresentada em 2001 na Universidade da Beira Interior, intitulada “Comunicação e Cidadania”.

Curiosamente, foi a leitura de Tuchman (1978) e de Moloch e Lester (1993), ambos traduzidos pelo Professor Nelson Traquina, que o fariam pesquisar a Fenomenologia Social, não pela leitura de Berger e Luckman (1999), mas através da voz original de Alfred Schutz, que aqueles autores reproduziriam das suas aulas em Nova Iorque no conhecido tratado sobre “Construção Social da Realidade”. Tal fato não desmente o talento de Peter Berger e Thomas Luckman que sempre admitiram publicamente a sua dívida: “O quanto devemos ao falecido Alfredo Schutz, ir-se-á tornando claro ao longo das várias partes do livro” escrevem os dois autores logo no prefácio da obra (1999: 11). Na introdução, ambos reconhecem que dependem em larga medida de Schutz nos prolegómenos referentes aos fenómenos do conhecimento na vida quotidiana: “derivámos dele a noção básica da maneira pela qual a tarefa da sociologia de conhecimento deve ser redefinida” (1999: 28). O primeiro capítulo do seu livro estender-se-á como um resumo de elevado nível da fenomenologia da vida quotidiana.

No final dos anos 80 em Portugal, era improvável alguém se lembrar do fenomenólogo austríaco para estudar jornalismo. Porém, tal já acontecera em Espanha e nos Estados Unidos. Os artigos traduzidos pelo Professor Traquina de Moloch e Lester e de Tuchman, em 1993, despertaram natural curiosidade pelo facto de a sociologia da comunicação anglo-americana se ter debruçado sobre um companheiro de Husserl. As leituras subsequentes das obras de Tuchman e David Atheide esclareceram a natureza desta relação.

Idêntica curiosidade resultaria da leitura do texto de Hall, Chrichter, Jefferson, Clarke, Roberts, (1993), «A produção social das notícias: o mugging nos media» (1993), igualmente traduzido pelo Professor Nelson Traquina, onde, apesar da influência marxista e gramsciana, se concedia importância ao fenómeno das interações sociais quotidianas do mesmo modo que o livro de Tuchman (1978) concedia importância à relação entre as interações sociais quotidianas e ideologia. Verificou-se a existência de um fio condutor e de uma cumplicidade distante – revelada até nalguma pontual semelhança de linguagem – entre a tradição

estruturalista e marxista e a tradição de raiz mais interacionista e de base fenomenológica. Nalguns dos seus textos (2001, 2002), o Professor Traquina desenvolveria algumas comparações que justificariam o caminho estreito de uma atenção simultânea à sobredeterminação da estrutura e às interações quotidianas.

Ao longo deste trabalho, fixaram-se algumas das preocupações fundamentais que viriam a ser desenvolvidas em trabalhos posteriormente desenvolvidos. Referiu-se, nomeadamente, ao papel do jornalismo na construção social da realidade, o conceito de relevância, a especificidade do discurso jornalístico e a sua relação com o conhecimento, próprias do senso comum, a dimensão narrativa do jornalismo, a problemática dos efeitos e da receção das mensagens jornalísticas (Correia, 2004-b, pp. 184 – 189; 193-195; 206-207; 207-218). Também na lição de Agregação na Universidade da Beira Interior foi este o percurso escolhido.

Herdeiro de uma disciplina lecionada por Nelson Traquina na UBI, o autor deste texto, antigo aluno, herdou conjuntamente uma bibliografia que era honestamente desconhecida em profundidade, e que se tornou responsável por uma das direções mais significativas do seu percurso. Quando se folheiam os mapas desta navegação e das associações entre geografias distantes (livros, apontamentos, manuais, artigos finalmente traduzidos), compreende-se de forma nítida, o papel desempenhado pelo seu professor como pioneiro. Hoje, em tempos em que o profissionalismo jornalístico é objeto de uma mutação acelerada que compreende em larga medida o seu enfraquecimento, torna-se claro que sem o conhecimento destes autores, muita da tradição anglo-americana, hoje dispersa pela Europa, chegou a Portugal.

Naturalmente, só a peculiar natureza deste livro justifica que se faça a história pessoal de algumas preocupações académicas do autor de um artigo. É o seu tributo ao Professor Nelson Traquina.

A construção social da realidade: uma abordagem genérica

Nos estudos sobre jornalismo, refere-se a existência de uma visão da notícia que enfatiza o seu papel na construção da realidade. Este tipo de abordagem permite, nomeadamente, indicar como a atividade jornalísti-

ca e os enunciados produzidos na sua realização não se limitam a reproduzir a realidade mas intervêm na construção social da mesma.

Nesta perspetiva, mais do que simples espelhos de uma realidade pré-existente, os jornalistas e os enunciados por eles produzidos intervêm na construção das condições e do modo em que a realidade é percebida. Os jornalistas não são observadores passivos mas participantes ativos na construção da realidade graças a elementos como sejam a intervenção de uma linguagem que nunca se afigura neutral ou inocente, aos aspetos organizativos e orçamentais que intervêm na representação dos acontecimentos ou, ainda, ao modo como os jornalistas dispõem de uma rede noticiosa graças à qual procuram obstar à imprevisibilidade dos acontecimentos (cf. Traquina, 2002: 95; 2001: 28).

A realidade oferecida pelas notícias é envolta pelos modos de conhecer típicos dos jornalistas e pelos modos específicos que estes possuem de estruturar o conhecimento através da linguagem. Jornais, rádio, televisão e portais web não se limitam a monitorizar os acontecimentos do mundo real. Constroem representações e relatos da realidade que são configurados pelos constrangimentos que emanam das convenções, ideologias e formas de organização típicas das empresas jornalísticas.

O estudo da produção noticiosa obstaculizou a crença universalmente partilhada segundo a qual os jornalistas representam e refletem a realidade, obstando a um dogma de fé ainda enraizado na comunidade profissional (cf. Rohe citado por Traquina, 2002: 96). Contrapôs-se ainda às perspetivas que enunciam uma distorção intencional das notícias e a manipulação consciente e intencional dos factos levadas a cabo de acordo com interesses dominantes (cf. Traquina: 2002)

As teorias que abordam as notícias como construção podem ser partilhadas por duas visões diversas – a visão interacionista e a visão estruturalista – analisadas como teorias autónomas que comungam, todavia, diversos pressupostos. Na verdade, “ambas conceptualizam as notícias como uma construção” (Traquina, 2002: 105).

Numa visão interacionista, enfatiza-se a existência e partilha de uma cultura comum que permite o desenvolvimento de um campo jornalístico autónomo (cf. Traquina, 2002: 106). Com raízes na Escola de Chicago, na sociofenomenologia e no pragmatismo, esta abordagem enfatiza

a descrição dos mecanismos pelos quais essa cultura se desenvolve, afirma, legítima e protege. É graças ao processo de profissionalização das pessoas envolvidas na atividade jornalística que é possível a emergência de um campo jornalístico autónomo dotado de autoridade e de legitimidade para adotar critérios de noticiabilidade (cf. Traquina, 2001: 60).

Este campo e seus critérios exigem uma ideologia profissional como sistema de crenças, através do qual os praticantes de uma dada profissão dão sentido à sua experiência laboral em comum. As situações de trabalho são também sistemas de interacção: as pessoas interagem em relações que são simultaneamente sociais e técnicas. No decurso deste processo de interacção geram-se definições de papéis, expectativas recíprocas de desempenho e o desenvolvimento e definição de grupos de referência (cf. Shoemaker e Reese, 1991, citado por Traquina, 2004: 18).

Numa visão estruturalista, a construção da realidade por parte dos media informativos é determinada por dispositivos institucionais e reproduz, ainda que com diversos graus de autonomia, os valores ideológicos dominantes: o jornalismo torna-se um dispositivo do processo de controlo social. As notícias condensam uma relação entre os *media* e os definidores primários de sentido, construindo uma visão consensual da sociedade (cf. Hall, Chritchler, Jefferson, Clark e Roberts, 1993: 228 e seguintes).

A primeira priviligia como objeto os domínios sistémicos que interferem na produção jornalística. A segunda adequa-se ao mundo vivido do comunicador. Analisa os procedimentos adotados pelos jornalistas para identificar as suas histórias e selecionar as suas fontes, as rotinas estabelecidas assim como os mecanismos de socialização, de partilha, de ideologias e acervos de conhecimentos que contribuem para as suas decisões.

Os media e a construção social da realidade: estudos culturais e fenomenologia social

É quase um lugar-comum que as notícias não refletem a realidade social, antes ativamente a constroem. Tal consenso implica que as notícias

não espelham a sociedade mas, antes, “ajudam a defini-la como um fenómeno social partilhado” Tuchman (1978: 184). Os jornalistas não são mais vistos como “repórteres-refletores de uma realidade objetiva, de acontecimentos reconhecidamente importantes no mundo” introduzindo-se a noção de “tempo partilhado” segundo a qual “acontecimentos são aquilo a que prestamos atenção” (Molotch e Lester 1993: 40). Na abordagem dos meios de comunicação de massa não se procura a realidade “mas os propósitos que estão subjacentes às estratégias de criação de uma realidade em vez de outra” (Idem, p. 50). O jornalista está empenhado numa “reality-constructing activity” (Schudson, 2003: 150) e detém, ou deteve até há pouco, uma espécie de monopólio natural sobre a disseminação do conhecimento público quotidiano (Anderson, 2008).

Como Luhmann (2002) escreveria numa das suas últimas obras cada sistema cria os seus critérios de observação: o subsistema do jornalismo não escapa a esta regra. No mesmo sentido, seguindo Bourdieu (1978; 1994), a noção de campo jornalístico implica a existência de regras próprias e de *habitus* assumidos pelos agentes que nele intervêm e atuam. Apesar dos muitos argumentos concorrentes, há alguns mal-entendidos associados: a referência à construção social da realidade é entendida como uma espécie de distorção por alguns divulgadores menos informados ou entendida como uma crítica pelos próprios jornalistas.

Porém, esta construção não é o resultado de uma atividade conspiratória nem de uma iluminação metafísica. É o resultado do trabalho ativo de selecionar, apresentar, de estruturar e dar forma, o qual não é exclusivo da atividade jornalística mas de todos os agentes sociais, com relevo para os trabalhadores especializados na produção simbólica, como sejam todos os profissionais de comunicação, intelectuais e artistas.

Nesta problemática, evidenciam-se as seguintes questões: quais são as dinâmicas e interações que têm lugar no campo jornalístico que originam uma certa relação com a realidade? Como é que os jornalistas abordam a realidade, de forma a construírem um significado comum partilhado por todos? Qual o impacto destes esquemas e destas dinâmicas no processo que se designa genericamente como construção social

da realidade?

Alguns autores, nomeadamente provenientes dos estudos culturais, caracterizam-se por uma intencionalidade crítica que lhes permitiu abordar a relação entre os jornalistas e os agentes sociais titulares de poder, bem como o papel que podem ter na sintonia entre os valores noticiosos e a consolidação dos valores ideológicos dominantes.

Por sua vez, a abordagem interacionista, atravessada pela forte influência sociofenomenológica, introduz maior atenção a fatores especificamente relacionados com os processos de construção do conhecimento na vida quotidiana, relacionando-os com as práticas de representação e categorização dos acontecimentos pelos agentes sociais diretamente envolvidos, isto é, no caso em apreço, os jornalistas.

Jornalismo e atitude natural

O elemento decisivo que distinguiu as abordagens interaccionistas foi a consciência da importância da interação social mediada pela linguagem na constituição de universos de significado comuns onde é possível compreender e ser compreendido graças a um processo de geração recíproca de expectativas. Esta emergência de um paradigma comunicativo refletiu-se nos estudos sobre *media* e jornalismo.

Depois da reavaliação crítica da teoria dos efeitos limitados, os *media* passaram a ser vistos como atores sociais que tornam visíveis e enquadram um conjunto de matérias, tornando possível a sua partilha e a atribuição de hierarquias de relevância, assinalando a importância relativa de fenómenos eventos e atores do mundo social.

A especificidade da construção social realizada pelos *media* reside em reordenar, redefinir e reconstruir a realidade em função da dimensão pública e coletiva da informação, uma determinada realidade que se apresenta já objetiva, definida e construída noutras instâncias sociais. O jornalismo funciona de acordo com as regras do discurso público. Logo, a sua primeira inquietação é saber se um tema é ou não publicável. Porém, antes, esse tema já foi trabalho noutros discursos de acordo com outras perspetivas, inquietações e critérios. Logo, nos *media* ocorre uma construção de segunda ordem, no decurso da qual se procede a uma

descontextualização de imagens que ajudam a formar e a transformar a percepção quotidiana das sociedades.

Numa das aproximações mais criativas ao quotidiano das redações usando a teoria social, Tuchman comparou a atitude do jornalista, na sua relação com a realidade, com o estilo cognitivo do mundo na vida quotidiana designado pela sociologia do conhecimento de fundamentação fenomenológica por «atitude natural», um tipo de atitude que evoca um interesse pelo mundo de natureza pragmática e utilitária (cf. Schutz, 1976: 72). Esta é caracterizada por um realismo e pragmatismo em que o indivíduo se encontra diante do objeto sem se interrogar e aceitando-o na sua evidência. Supõe uma premissa de confiança na permanência das estruturas do mundo. Implica um padrão organizado de rotina apreendido a partir do conhecimento de “receitas” e comportamentos típicos (Schutz, 1975 b: 94-95).

De acordo com esta abordagem, os jornalistas afirmam uma postura pragmática que opera, por razões profissionais, de acordo com algumas evidências adquiridas, práticas organizacionais burocratizadas, rotinas solidificadas pela experiência e necessidade de organizar o mundo de acordo com necessidades espaciais e temporais (cf. Tuchman, 1993: 76).

Tal linguagem responde a uma necessidade de colocar ordem que obedece a vários imperativos: a) simplificar o trabalho quotidiano do jornalista, o que é uma necessidade empresarial e burocrática; b) originar um produto agradável e apelativo, o que muitas vezes implica a redução da complexidade e a necessidade de proporcionar uma explicação simples, consentânea com a vida quotidiana das audiências; c) proporcionar coordenadas que permitam a compreensão de um mundo crescentemente pluralista e fragmentado. Estes imperativos podem, todavia, constituir-se como um impedimento à compreensão de realidades mais dinâmicas, instáveis e plurais que constituam um desafio aos esquemas de classificação dominantes. Consequentemente, uma questão veementemente levantada consiste no fato de a atividade jornalística correr o risco de uma linguagem pouco consentânea com a sensibilidade periférica, estando mais sintonizada com os padrões de socialização impostos numa lógica de dominação social.

Jornalismo, tipificação e enquadramento

Na relação com o mundo da vida social, o estabelecimento de uma ordem simbólica implicaria o uso de uma tipificação, entendida como uma classificação em que são tidas em conta certas características básicas para a solução das tarefas práticas que se apresentam aos atores (Schutz, 1967). Nesta disposição, agir racionalmente seria identificado muitas das vezes como a aplicação de precedentes, isto com o uso do acervo de conhecimentos adquiridos pela experiência individual em contexto social. A noção conheceu um grande desenvolvimento na pesquisa sobre as ideologias profissionais, isto é, no corpo de normas e crenças socialmente partilhadas pelos membros de um grupo que permitem identificar de que forma estes podem fazer parte de uma dada comunidade profissional.

A tipificação está direcionada para uma generalização baseada na experiência e, por conseguinte, para a formação das condições que permitem o estabelecimento de um esquema cognitivo. Nas grandes organizações burocráticas, traduz-se numa anonimização da experiência. Esta perde as suas características singulares a fim de ser configurada numa generalização que se aplica a todos os casos semelhantes.

No decurso da atividade quotidiana no seio da organização jornalística, a tipificação seria usada como uma forma de classificação que teria em conta certas características básicas para a solução das tarefas práticas que se apresentam aos atores. Os objetos do mundo social são constituídos dentro de um marco de familiaridade e de reconhecimento proporcionado por um reportório de conhecimentos disponíveis cuja origem é fundamentalmente social. As tipificações permitiriam agir tipicamente sobre situações similares, recorrendo a um conhecimento socialmente partilhado – um acervo de conhecimentos disponíveis – através da experiência quotidiana.

Ser um repórter seria, assim, ser capaz de lidar com ocorrências idiossincráticas, usando tipificações específicas e adequadas. O trabalho quotidiano de recolha e de produção de notícias pode ser entendido como uma questão de “routinizing the unexpected” (Tuchman, 1978). No fundo, a atividade jornalística lida de perto com a proliferação de aconteci-

mentos e carece de uma estratégia de controlo da erupção generalizada do “novo”. Como qualquer organização burocrática, um *medium* noticioso não pode processar fenómenos idiossincráticos e precisa de subsumir os fenómenos em classificações conhecidas (cf. Tuchman, 1978: 45). Sendo uma profissão associada ao conceito comum de “novidade”, é também uma atividade que recorre a estratégias para controlar a proliferação de acontecimentos, permitindo a sua inserção num contexto significativo ordenado.

Analisando os precedentes enquanto modelos estabilizadores de todas as formas de relato de acontecimentos idênticos ou semelhantes a organização narrativa, acaba por inscrever a marca de procedimentos rotineiros, de fórmulas consagradas, de lugares comuns facilmente reconhecíveis.

Estes esquemas cognitivos refletem-se em diversos saberes: um saber de reconhecimento que permite identificar um acontecimento em termos da sua potencial transformação em notícia; um saber de procedimento que recorre à experiência para identificar os passos necessários para o desenvolvimento da história ao nível da seleção e contacto com as fontes ou dos modos de lidar com constrangimentos espaciais e temporais; e um saber de narração, isto é, como formular um acontecimento nos termos do discurso noticioso nos diferentes meios em que este possa ser produzido.

O vocabulário de precedentes, aprendido pela socialização profissional junto de colegas, editores e fontes, é um depósito de conhecimentos que os jornalistas têm como disponível para agirem e relatarem acontecimentos. O facto de apenas estar disponível através da experiência e da transmissão oral, e não através de manuais, é a chave para perceber porque os jornalistas enfatizam a componente mais intuitiva e menos analítica e sistemática do seu trabalho, algo que é notório no conceito de “faro para as notícias” (cf. Ericson, Baranek e Chan, 1987: 133; 135). Há assim uma certa similitude com a posição de Dreyfuss e Dreyfuss (1986), segundo a qual toda a competência especializada implica, nos seus níveis mais elevados, um certo grau de automatismo que permite uma percepção intuitiva baseada numa espécie de compreensão tácita.

A noção de tipificação é uma das várias fontes teóricas que confluem

na ideia de enquadramento: uma generalização que nos permite classificar e categorizar. A noção cognitiva de *frame* (quadro) é como um conjunto de pressuposições e critérios avaliativos, dentro dos quais a avaliação pessoal de um determinado assunto se processa.

O conceito refere-se ao uso de quadros interpretativos construídos socialmente e que, ao colocarem os indivíduos sob referências partilhadas, lhes permitem dar sentido às relações sociais. Afinal, “enquadramentos mediáticos são esquemas persistentes de cognição, interpretação, e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, pelos quais os detentores dos símbolos organizam rotineiramente o discurso verbal ou visual” (Gitlin, 1980: 7).

A definição de enquadramento consiste assim numa ideia central e organizadora que configura a percepção do acontecimento, dando mais visibilidade relativa a uns elementos em detrimento de outros, sugerindo explicações causais e até avaliações normativas sobre o acontecimento relatado. São padrões de apresentação, seleção e ênfase utilizados nos relatos jornalísticos (Porto, 2004: 91).

Os enquadramentos noticiosos chamam a atenção para determinados tópicos e excluem outros, sublinham os dados fornecidos por certas fontes sobre outras, acentuam as ações de determinados agentes e minimizam outros, considerados irrelevantes. A inclusão ou a exclusão de determinados detalhes das ocorrências, a consideração do que é relevante ou não na descrição de um acontecimento depende da classificação ou categorização: se uma marcha de protesto é enquadrada como uma perturbação da ordem pública ou como um confronto entre os manifestantes e a polícia, o próprio conteúdo do protesto e da crítica desenvolvida pelos participantes é marginalizada ou excluída, por ser considerada irrelevante.

Atitude natural e ideologia nos estudos jornalísticos

Na perspectiva de pendor mais crítico influenciada pela análise estruturalista, de que são exemplos algumas análises desenvolvidas pelos *cultural studies*, enfatiza-se o modo como o jornalismo pode traduzir e naturalizar um conjunto de definições da realidade que expressam um

conjunto mais ou menos limitado de crenças e valores ideológicos. Desta forma, descobre-se um nexos secreto entre o profissionalismo jornalístico e o conjunto das suas competências e o processo de controlo social.

A ideologia é encarada por Stuart Hall (2004: 26) como um conjunto de recursos – linguagens, conceitos, categorias, imagens mentais e sistemas de representações – que as diferentes classes e grupos sociais utilizam para significar, definir e tornar inteligível o modo como a sociedade funciona. Tais recursos são utilizados pelos diferentes grupos sociais na luta pela obtenção da chamada hegemonia.

O conceito de hegemonia define a natureza complexa da ligação entre os diferentes grupos que integram a sociedade, ligação que não é apenas política no sentido estrito do termo, traduzindo o impacto que a ideologia exerce sobre nível da integração dos vários grupos numa dada ordem social.

Trata-se de uma forma de liderança mantida não pela coação mas pelo consentimento conferido à orientação impressa pelo grupo dominante à vida social. A obtenção do poder hegemónico está pois ligada à produção ideológica e cultural desenvolvida num contexto de conflito intelectual e simbólico desenvolvido na sociedade civil (cf. Correia, 2004).

Na perspectiva crítica, os relatos noticiosos podem, eles próprios, tornar-se uma peça essencial de funcionamento ideológico na medida em que refletem os grandes consensos sociais, favorecendo a sua aceitação e a sua consagração. A produção noticiosa é associada à obtenção de um consenso orgânico relacionado com a hegemonia dos grupos dominantes.

O profissionalismo jornalístico, segundo a ótica dos estudos culturais, implica que os media só podem sobreviver operando dentro das fronteiras do que é admitido socialmente (Hall, 2001:87). A ideologia limita os termos da comunicação pública: os jornalistas estabelecem as suas codificações em termos de “códigos preferenciais” de modo a que os problemas sociais sejam abordados dentro do reportório de valores ideológicos dominante, a que dá o nome de «consenso nacional» (Hall, Chritcher, Jefferson, Clark e Roberts, 1993: 227).

Uma parte deste nexos entre o profissionalismo jornalístico e o con-

trolo social está ligada aos processos e competências associados às fontes, designadamente ao acesso privilegiado que alguns definidores primários, particularmente influentes manteriam na construção destas definições da realidade. A ligação privilegiada a fontes oficiais e a própria estrutura burocrática dos *media*, onde se enquadram imperativos institucionais como sejam rotinas, práticas e ideologias privilegiadas, fomentam uma sintonia entre os relatos e interpretações da realidade e os valores dominantes.

Os *media* constituem-se como definidores secundários reproduzindo as definições daqueles que têm acesso aos *media* como fontes creditadas (cf. Hall, Chritcher, Jefferson, Clark e Roberts, 1993:228-229). Apesar da ênfase da sua autonomia técnica e profissional, os enquadramentos e definições dos acontecimentos políticos coincidem em larga medida com a definição fornecida pelos detentores de poder. Tais representações estão longe de ser resultado de um processo aleatório, mas, antes, resultam de uma série de rotinas de trabalho e de um conjunto partilhado de critérios acerca do que torna certos acontecimentos noticiáveis.

Simultaneamente, para além da sintonia com as fontes, a configuração destas representações depende também da necessidade de agradar a segmentos variados da população, a qual produz a necessidade de competir pelo “middle ground” (aquilo que, mais ou menos grosseiramente, se podem designar camadas intermédias que oscilam as suas preferências dentro de uma escala de valores relativamente estreita que reflete politicamente os partidos do arco do poder) de um modo que tem várias consequências para o conteúdo e apresentação do material. O “interesse nacional” público ou comunitário dita esta necessidade de auto-legitimação assente numa fala consensual que enfatiza o interesse comum e disfarça os conflitos sociais e as perspetivas parciais que lhe são inerentes. Admite-se, assim, que entre os processos ideológico e a natureza de construção noticiosa existam pontos de contacto que possam ser discutidos e elaborados teoricamente, apontando para uma relativização da dualidade, no âmbito da teoria da notícia, entre uma visão mais centrada nas questões do poder e outra mais centrada nos processos de interacção que se verificam quotidianamente nas redações.

Neste sentido, contrariamente a muitos sociólogos ou etnógrafos que

interagem com os seus pares, os jornalistas encaram a realidade social numa situação em que lidam com fontes com conhecimento superiores (peritos) ou de hierarquias sociais mais elevadas (políticos e banqueiros) e audiências relativamente leigas nos assuntos abordados. Trata-se de um tipo específico de atividade cujas interações se interseitam com o problema da hegemonia e com o problema da distribuição social do conhecimento.

Tipificação e ideologia nos estudos jornalísticos

Dentro desta abordagem crítica, as tipificações e a instauração de rotinas e de precedentes articulam-se com a possibilidade de criação de horizontes de significação comuns, construindo a sociedade como um consenso que admite uma certa conflitualidade desde que esta não ponha em causa o sistema central de valores. As vozes dos *media* com maior capacidade de influência e de penetração instituem uma trama narrativa que parece destinada a unir os fios soltos da interpretação, apresentar uma visão da sociedade na qual existem formas institucionalizadas de conflito, mas sem contradições fundamentais

No âmbito de pesquisas de mais acentuado pendor crítico no âmbito das notícias, o conceito de *frame* abre oportunidades para examinar mais explicitamente os efeitos dos *media*, de um modo que permite acrescentar mais precisão à tradicional análise da hegemonia usada pelos estudos culturais: a luta pela obtenção da hegemonia ideológica é uma luta por definições da realidade que se processa de modo conflitual em torno nomeadamente da escolha dos enquadramentos utilizados pelos jornalistas. Os *frames* não são recursos neutros ou ferramentas que podem estar mais ou menos acessíveis aos agentes sociais, mas antes fazem parte do processo de controlo social e de luta pela hegemonia relacionados com elites ou classes.

Efetuando uma tentativa de aproximação entre a análise dos enquadramentos e a crítica ideológica, os estudos dos *media* afastam-se, nesse caso, de uma preocupação estrita com o enviesamento mediático da realidade objetiva para a dimensão das suas relações com a sociedade. Segundo este ponto de vista, as estruturas sociais explicam as balizas

ideológicas que proporcionam o enquadramento através do qual os *media* confinam e categorizam os acontecimentos ou temas em debate. (cf. Tankar Jr citado por Reese: 2001: 96).

A questão que se levanta é a de saber, porque é que certos enquadramentos são considerados preferenciais em vez de outros. Para isso é necessário uma abordagem que tenha em conta, na análise da dimensão simbólica da construção da realidade, os elementos que dizem respeito ao nível macrossociológico, nomeadamente o poder, o controlo e a dominação exercido por elites que têm um acesso privilegiado ao exercício de determinados recursos sociais e que, por isso, se encontram numa posição privilegiada para influenciarem os processos de mediação simbólica. O que não parece de todo óbvio é que daí tenha de resultar a pura negação da necessidade das competências jornalísticas.

Os limites das abordagens construtivistas

Apesar do contributo dado pelos autores citados para compreender criticamente o processo jornalístico, esta abordagem confronta-se com as suas debilidades. Ensaíamos alguns argumentos que não despedem a intenção crítica mas assinalam algumas fragilidades estruturais que pouco são geralmente relevadas:

- Desde logo, as tipificações ou enquadramentos não são um exclusivo da profissão jornalística. Os académicos que estudam o jornalismo criticam a falta de reflexividade, esquecendo que esse traço é partilhado com muitas profissões altamente prestigiadas. A utilização de esquemas cognitivos que permitem trabalhar a realidade com o automatismo próprio das organizações são inerentes ao processo de conhecimento e de institucionalização da realidade social. Seria impossível recorrer a um médico ou a um engenheiro ou até a um professor que constantemente se interrogasse sobre a validade das suas competências ou que sistematicamente questionasse a sua função social, em nome de um certo enviesamento (*bias*) introduzido pela visão social e culturalmente marcada do corpo (no caso do médico) ou dos dispositivos de normalização vida social em comunidade (no caso do engenheiro ou do arquiteto) ou pelos processos de dominação ineren-

tes à socialização (no caso do professor). É legítimo ter uma consciência crítica destas dimensões sociais e culturais o que não significa prolongar a atividade crítica até a um limite que seria dificilmente identificável, uma vez que todo o conhecimento e técnica têm uma dimensão estratégica de obtenção de objetivos. Embora esta não seja a única dimensão da racionalidade humana, ela não pode ser esquecida.

A regularidade do saber conhecido e o recurso à experiência permitem a realização das profissões e são uma exigência da sua performatividade funcional. O profissional paralisaria se não procedesse a uma certa suspensão da dúvida. Esta suspensão da dúvida é inerente à natureza social e ao desempenho institucionalizado de profissões e não obsta à existência de momentos críticos, nem à exigência de criatividade.

Mesmo que os jornalistas não devam ser olhados sob o ponto de vista tradicional da sociologia das profissões mas antes como uma comunidade interpretativa que afirma a sua legitimidade (Zalizer, 2000) há sempre uma pergunta que se levanta: se há uma interpretação socialmente partilhada quais são os critérios que permitem o exercício da mesma? Neste sentido, a abordagem construtivista representa um elemento importante da análise da constituição de campos e sistemas especializados. Com efeito, apesar das acusações de alguns teóricos da teoria dos sistemas e do estruturalismo, é possível olhar a especialização funcional tendo em conta as interações entre os atores sociais no mundo vivido.

Olhar para a existência de olhares e práticas específicos em termos exclusivos da sua relação com processos de dominação social parece uma preocupação obsessiva que, no limite, conduz à minimização das competências e saberes específicos de qualquer atividade. Traduz uma crise de legitimidade das especializações que aflorou nos anos de vigência intelectual do «pós-modernismo» e hoje curiosamente aparece associado a discursos produzidos no contexto do pensamento neo-liberal. Duvida-se, todavia que responda aos problemas da fragmentação e especialização típicos das sociedades complexas.

- Em segundo lugar, a atitude natural é um dos estilos cognitivos que marcam a existência social quotidiana e merece ser compreendido e estudado pela importância que parece adquirir nos automatismos profissionais. Mas não é o único nem sequer é completamente estanque à ativi-

dade crítica. Os atores sociais transitam por domínios de significação e conhecimento mais ou menos elaborados ao longo da sua vida. Podem assumir posturas de natureza crítica, produzir reflexões científicas, usar a criatividade ou interrogarem-se mais ou menos acentuadamente sobre aquilo que fazem.

Do mesmo modo, apesar de os meios noticiosos procurarem a inteligibilidade usando visões apriorísticas sobre o gosto das audiências, certamente no âmbito da intersecção com fontes que produzem enquadramentos socialmente interessados, importa reconhecer que o valor cognitivo, o grau de especialização e contextualização e as competências exigidas aos jornalistas não são idênticos em todas as publicações nem em todos os géneros jornalísticos, nem sequer em todos os momentos da sua atividade. Variam inclusivamente em função das culturas políticas e das tradições nacionais (Mancini e Hallin, 2004).

A existência de tipificações e de um estilo pragmático é uma das componentes da forma como se pode encarar estrategicamente a relação com o mundo. Porém, o facto de o profissionalismo implicar um certo grau de automatismo não significa que o profissional se desligue da sua humanidade e se transforme apenas num executante para quem as orientações editoriais funcionem exclusivamente como uma peça de software destinada a assegurar a eficiência. Há peças jornalísticas que reclamam competências de produção e de decodificação em que se aliam, de forma particular, exigências de inteligência, capital cultural, criatividade e o espírito crítico que vão além de uma visão degradada do senso comum. É este equilíbrio fino entre as exigências performativas funcionais e a manutenção de uma certa reflexividade que se torna necessariamente alvo de uma discussão séria.

A curiosidade e pensamento criativo que consiste em olhar as possibilidades encerradas no mundo tal como se apresenta para além da sua evidência (isto é nas múltiplas possibilidades que ele encerra) – aquilo a que muitos teóricos da gestão designam em gíria pensar “out of the box”, o que implica pensar além das ferramentas disponíveis na caixa – consiste numa das formas de evitar a inércia burocratizada das organizações. É uma qualidade de um bom jornalista que não pode fugir à preocupação de identificar os processos que agitam as superfícies por

vezes aparentemente lisas e inertes das regularidades sociais. A imaginação e a criatividade (eventualmente resgatadas pelo reconhecimento da proximidade do jornalismo em relação à literatura) é uma das formas de olhar o mundo que atenua as componentes mais rígidas de uma conceção demasiado rígida da profissionalização. Se as rotinas necessárias à profissão são essenciais à sua performatividade, o bom desempenho – já não falamos sequer da excelência – não é incompatível com o olhar criativo e informado sobre a realidade que está na base das boas reportagens e da investigação jornalística.

Ora, isto não significa uma desvalorização das rotinas profissionais e das competências associadas aos processos de mediação jornalística. Apenas significa que mesmo nos momentos mais rotineiros e que implicam maior «automatismo funcional», há um tipo de raciocínio dominante mas não quimicamente puro. Os *media* oscilam numa dialética entre a constante erupção do novo e a integração do novo acontecimento numa ordem de significação composta por um corpo social de conhecimentos previamente adquiridos.

As notícias permitem a partilha de consensos sociais que reproduzem mapas de significação nos quais os acontecimentos adquirem um sentido dentro da ordem social dominante. Porém, também são veículos privilegiados de contacto com realidades estranhas ou longínquas em relação às nossas coordenadas quotidianas, que podem ser abordadas de forma diferenciada. Talvez por isso deva, apesar de tudo, ser difícil igualar os tabloides do senhor Murdock com a revista *Visão*, o *El País*, o *Guardian* e o *Expresso*:

- A obsessão da reflexão crítica introduzida pela associação entre «saber» ao «poder», uma das fontes mais criativas desta criativa ideológica, lançou uma suspeita radical sobre todos os mecanismos que geram processos de significação. Esta hermenêutica da suspeita permitiu o desenvolvimento de consciência crítica moderna e a capacitação do cidadão no decurso de processos de secularização que se traduziram no surgimento da modernidade. Assume-se que não se pretende prolongar uma discussão filosófica exagerada para este contexto. Não é preciso tal discussão para compreender que uma assimilação obsessiva também gerou alguns raciocínios apressados: como todo o «saber» seria «poder», isto é, teria inte-

resses e motivações estratégicas na sua raiz e como todas as competências especializadas são formas de atribuir a determinadas elites profissionais o poder de configurarem a realidade, as próprias competências e a institucionalização de profissões devem tornar-se objeto de suspeita.

No caso específico, esta crítica tem a sua tradução prática objetiva na defesa da desprofissionalização do jornalismo. O conceito de «desprofissionalização» inclui um conjunto de fatores: a evolução tecnológica que difunde o exercício das competências profissionais já não apenas aos iniciados mas também aos leigos; a desvalorização das competências através da revalorização progressiva dos saberes empíricos, suscetíveis de serem aprendidos por pessoas sem formação académica; a crítica crescente, por parte dos consumidores ao elitismo e à impunidade dos profissionais e a reivindicações progressivas dos públicos no sentido de uma maior participação nas decisões dos próprios profissionais (Fidalgo, 2008, p. 53).

Este movimento crítico em relação às competências jornalísticas ocasionou a formação de alguns discursos que confundiram a participação dos cidadãos com o abaixamento dos níveis de exigência de responsabilidade social. Uma vez relativizadas as exigências de uma metodologia rigorosa do exercício da profissão jornalística, todos podiam exercê-la. Multidões de *outsiders* desafiam a jurisdição do jornalismo na abordagem dos assuntos correntes, até mesmo em temas que exigem reconhecidas competências e um elevado grau de especialização (além de treinadores de bancada já surgem com frequência, «juízes de bancada»).

As possibilidades de participação acentuadas pelas novas tecnologias deram lugar a equívocos retratados numa espécie de uma corrida de obstáculos em que alguns participantes deitaram abaixo barreiras como a aprendizagem das técnicas de lidar com as fontes e as audiências.

Neste sentido, a proletarização e a precaridade da profissão acentuada pela concentração de propriedade permitiram uma alteração do profissionalismo, subtraindo-lhe a memória histórica, e a componente reflexiva, com recurso a um discurso que comenta, em nome de uma lógica reafirmada como «crítica» e «participativa», o encerramento dos jornalistas numa torre de marfim. Esta guinada decorreu sob o aplauso complacente de algumas atitudes empresariais que, num contexto de hiper-concorrência e de concentração de propriedade, na sua maioria, despedem ou rescindem

amigavelmente o vínculo com a valorização de formação académica para a atribuição do título profissional. O tema da especialização tornou-se de novo um tema fundamental num contexto de despedimentos maciços, de lucros decrescentes e de fragmentação de audiências.

- A reflexão sobre as fontes foi torneada de uma forma equívoca pois os processos de dominação seriam identificados com as próprias elites jornalísticas (o que revela as debilidades críticas desta forma de pensar) aos quais se oporiam, numa apressada linguagem pretensamente deliberativa, as comunidades de leitores iluminados. Ora, apesar de tudo, há estudos (Singer 2003) que continuam a sugerir a importância das competências do jornalismo tradicional no âmbito cada vez mais complexo da negociação com as fontes, na identificação de agendas escondidas e na reação pronta perante eventos inesperados. Particularmente, nestes últimos, o profissionalismo jornalístico e a existência de uma certa dose de padronização e de tipificação dos acontecimentos poderiam evitar o alarme social. Kovach e Roseinsteil (2010) imaginam o que se passaria com um comum acidente nuclear verificado em 1978 na central nuclear de Three Mile Island, com a intervenção de bloggers pró e anti-nucleares, rumores descontrolados, notícias de 24 sobre 24 horas, propagação viral de vídeos de acidentes nucleares, hiper-concorrência e intervenções de redações consideravelmente menos capacitadas e meios humanos, sem âncoras televisivas de enorme influência social que assegurassem uma difusão homogênea de informação. Apesar da validade do exemplo, há situações, geralmente de ordem política que podem ser invocadas para posições contrárias. Que seria de muitos movimentos democráticos, sem bloggers, jornalismo do cidadão e outros tipos de atividade parajornalística?

Apesar disso, fenómenos de poder e de dominação que certamente existem, não são resolvidos com a onipresença das caixas de comentários. Neste registo irónico, é pelo menos sugestivo lembrar a frase de José Vitor Malheiros quando invocou a inconveniência de produzir um tratado de Ciência Política com a participação democrática generalizada dos habitantes de Gondomar, Felgueiras, Amarante e Oeiras.

Na verdade, a questão da voz dos públicos periféricos não se responde com o direito de multiplicar exponencialmente o direito a qualquer

comentário, qualquer que seja a sua pertinência. Vale a pena recordar os trabalhos críticos sobre a Internet que acentuam a desvalorização da memória (individual e coletiva) ou que, inclusivamente identificam o aprofundamento do fosso entre produção e receção, acentuando a existência das mesmas rotinas, tipificações e enquadramentos nos contextos de produção online de notícias (Dahlberg, 2001; Domingos, 2006; Patterson e Domingos, 2008).

- Finalmente, e as visões mais deterministas denegam todos os processos de receção – especialmente os que decorrem *off line* no mundo da experiência pessoal não mediatizada. A multiplicação dos contextos de receção induzida pelas redes sociais pode produzir um sentimento de autonomia e introduzir contextos de democratização. Porém, parece ser academicamente grosseiro sobrevalorizar esses traços sem considerar o impacto traduzido num jornalismo que se torna por vezes “pé de monitor” em vez de “pé de microfone” ou de *copy and paste* no lugar de «cola e tesoura». Igualmente, as interações *online* não devem ignorar as redes sociais não informatizadas, nem o capital relacional previamente existentes a esses contextos. Por vezes, os contextos de produção online mesmo com recurso ao conteúdo gerado pelo utilizador, prolongam apenas os contextos *off line* com recurso a mais elementos pré determinados do que à partida se consegue discernir. Não significa isto que, orgulhosamente se menospreze ou deixe de estudar a produção e receção *online* e as alterações e desafios nelas contidas – raciocínio que seria tão imprudente para a formação de jornalistas, quanto alguns dos já escritos. Porém, julga-se justificado que os processos de produção e de receção *online* ainda que dotados de especificidades, sejam pensados *também* no âmbito do contexto mais geral da interação social quotidiana e das suas determinações sistémicas de um modo que se *pode* assemelhar àquele pelo qual Goffman sempre entende os pequenos gestos de socialização num processo mais vasto de interação social, incluindo mecanismos de socialização. Nesse sentido, a sugestão recente de Kovach e Rosensteel (2010, p. 7) no sentido de introduzir um diálogo e uma parceria entre jornalistas e utilizadores de informação, é sensata mas insuficiente. Isso já foi tentado pelo jornalismo público a partir de 1988 com alguns resultados interessantes. Porém é uma sugestão demasiado generalista que carece de estudos em que não será possível

deixar de ignorar as determinações económicas nem as dificuldades impostas pela conjunto de fatores – aos quais não são alheias a globalização e a hegemonia do pensamento neo-liberal – que contribuem para desprofissionalização.

Na prática quotidiana de produção de notícias, o jornalismo fornece enquadramentos do mundo que permitem ao cidadão integrar a novidade constante nos esquemas cognitivos moldados pela vida quotidiana. Neste sentido, desempenha uma difícil função social, a tarefa de traduzir conhecimentos de fontes especializadas de acordo com as competências da audiência, gerando um tipo de conhecimento exotérico sintonizado com o mundo da vida

Assim, o jornalismo estabelece uma tensão entre a busca de uma ordem e a construção de mapas de significação partilhados e o facto de investir preferencialmente no que é estranho e inesperado. Esta ideia de tensão opõe-se à existência de uma transparência universal ou de um entendimento universal, do qual seria mediador privilegiado. Antes é continuamente permeada por um conjunto de fenómenos associados à disputa do poder e à luta pela definição da realidade que se verifica entre classes, grupos sociais e elites, grupos de pressão movimentos sociais e toda uma gama de agentes cada vez mais diversificados e cada vez mais conhecedores de competências comunicacionais. Esta tensão transforma o campo jornalístico num campo onde confluem imperativos contraditórios: as «regras do jogo» as quais se não afirmam como unívocas nem lineares, mas resultado de um choque associado à substituição do modelo unilateral de propaganda por um modelo multiforme que MacNair designa por modelo do caos (2006) onde se verifica multiplicação de imperativos contraditórios, fragmentação de audiências, proliferação de centros de controlo, concorrência desenfreada e até a popularização de discursos críticos.

Em face desta capacitação mediática de múltiplos agentes que nem todos se podem considerar cidadãos iluminados animados por virtuosas intenções cívicas, mais se justifica que em vez de pedir a diminuição da competência especializada dos jornalistas, antes se peça a sua transformação, no sentido duplo da sua adaptação e reforço. Nesta situação complexa, a pura negação da especialização e das competências

jornalísticas é a forma mais óbvia de tornar os futuros jornalistas não agentes mas veículos de construções em que não participam, apesar de necessários. O discurso dito participativo ao qual se prefere chamar de populista pode ser uma forma de descapacitação dos jornalistas não em prol dos públicos mas de múltiplos agentes de poder. Nesse sentido, o autor tende a aproximar-se das posições do Professor Nelson Traquina que, há vinte anos, defendida a preferência por um sólido curriculum académico na formação do jornalista.

Bibliografia

ALTHEIDE, D. (1976). *Creating Reality: How TV News Distorts Events*, Beverly Hills. London: Sage Publications.

ALTHEIDE, D. (1985). *Media power*. London: Sage Publications.

BERGER, P. e LUCKMANN, T. (1999). *A construção social da realidade*. Lisboa: DinaLivro.

BOURDIEU, P. (1984). *Questions de sociologie*. Paris: Minuit.

BOURDIEU, P. (1989). *O poder simbólico*. Lisboa: Difel.

COLLINS, H., & EVANS, R. (2007). *Rethinking expertise*. Chicago: University Of Chicago Press.

CORREIA, J.C. (2004). «Ideologia e Hegemonia» in Albino Canelas Rubim (org.), *Comunicação e Política: conceitos e abordagens*. EdufA/UNESP, 2004, pp. 223-258.

CORREIA, J.C. (2004 b). *Comunicação e cidadania: os media e a fragmentação do espaço público na sociedades pluralistas*. Lisboa: Horizonte.

CORREIA, J.C. (2005). *A Teoria da Comunicação de Alfred Schutz*. Lisboa, Livros Horizonte.

CORREIA, J.C. (2006). «Regresso ao “arrastão” de Lisboa. Reflexões sobre a epistemologia do jornalismo». In Alfredo Vizeu, Flávio Porcello e Célia Mota, (Orgs.), *Telejornalismo: a nova praça pública* (193-220). Florianópolis: Insular.

DAHLBERG, L. (2001). «Computer-Mediated Communication and the Public Sphere: a critical analysis». *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 7, nº1 disponível em <http://www3.interscience.wiley.com/cgi-bin/fulltext/120837834/HTMLSTART>. Consultado pela última vez em 15 de Agosto de 2010.

DOMINGO, D. (2006). *Inventing online journalism Development of the Internet as a news medium in four Catalan online newsrooms*. Tese Doutoral. Universitat Autònoma de Barcelona. disponível em http://webs.racocatala.cat/dutopia/docs/tesi_ddomingo.pdf. Consultada pela última vez em 29 de Julho de 2010.

ERICSON, R., BARANEK, P. e CHAN, J. (1987). *Visualising deviance: a study of organization news*. Toronto: University of Toronto Press.

FIDALGO, J. (2008). *O jornalista em construção*. Porto: Porto Editora.

GOFFMAN, E. (1986). *Frame Analysis*. Boston: Northeastern University Press.

HALL, S., CHRICHTER, C., JEFFERSON, T., CLARKE, J. e ROBERTS, B. (1993). «A produção social das notícias: o mugging nos media» in Nelson Traquina, (org.), *Jornalismos: Questões, Teorias e “Estórias”*. Lisboa: Vega, pp. 224-250.

HALL, S. (2001). «Encoding/Decoding» in Paul Morris and Sue Thornham, *media Studies: a reader*. Edinburgh University Press, pp. 51-61.

HALL, S. (2004). «The problem of Ideology: Marxism without guarantees» in David Morley e Kuam Hsing Cheney, *Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies*, London Routledge, 2004, pp. 25-46.

Hallin, Daniel e Mancini, Paolo. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

KOVACH, B. e ROSENTIEL, T. (2010). *Blur: how to know what's true in the age of information overload*. New York: Boombury.

MOLOTOCH, H. e LESTER, M. (1993). «As notícias como procedimento intencional : acerca do uso estratégico de acontecimentos, de rotinas, de acidentes e de escândalos» in Nelson Traquina, (org.), *Jornalismos: questões teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega, pp. 34-52.

- LUHMANN, N. (2000). La realidad de los medios de masas. Barcelona: Anthropos.
- McNAIR, B. (2006). The cultural chaos: journalism and power in a globalised world. London: Routledge.
- McNAIR, B. (2009). Journalism and democracy. In Kain Wahl Jorgensen e Thomas Hanitsch (Eds.), The Handbook of journalism studies (237-249). London: Routledge.
- PATTERSON, C. DOMINGO, D. (2008). Making online news: The ethnography of news production. New York: Peter Lang Publishing.
- PHILLIPS, E. (1993). «Novidade sem mudança» in Nelson Traquina (Org.), Jornalismo: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, pp. 326-332.
- PORTO, M. (2004). «Enquadramento da Mídia e Política», in António Albino Canelas Rubim, (org.), Comunicação e Política: Conceitos e Abordagens. Salvador: Edufba, pp. 73-104.
- REESE, S. (2001). «Prologue - Framing Public Life: A Bridging Model for media Research» In Stephen D Reese, Oscar H Gandy e August E Grant (Eds.). Framing Public Life: Perspectives on media and our Understanding of the Social World, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 7-32.
- SCHUTZ, A. (1967). The Phenomenology of social world, Evanston. Illinois: Northwestern University Press.
- SCHUTZ, A. e LUCKMANN, T. (1973). The structures of the life-world, Volume 1. Evanston: Northwestern University Press.
- SCHUTZ, A. (1975). Collected Papers: the problem of social reality, Vol. I, The Hague: Martinus Nijhoff.
- SCHUTZ, A. (1976). Collected Papers: studies in social theory, Vol. II, The Hague: Martinus Nijhoff.
- SCHUTZ, A. (1975-b). Collected Papers: studies in phenomenological philosophy, Vol. III, The Hague: Martinus Nijhoff.

SINGER, J. (2001). «The metro wide web. Changes in newspapers' gatekeeping role». *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 78, nº 1, 65-81.

SINGER, J. (1998). «Online Journalists: Foundations for research into their changing roles». *Journal of Computer Mediated Communication* vol. 4 , nº 1.

TANKARD, J. (2001). «The Empirical Approach to the Study of media Framing» in Stephen D Reese, Oscar H Gandy e August E Grant (Eds.), *Framing Public Life: Perspectives on media and our Understanding of the Social World*, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 95-105.

TRAQUINA, N. (1993). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega.

TRAQUINA, N. (2001). «Teorias das Notícias: o estudo do jornalismo no século XX» in Nelson Traquina; Ana Cabrera; Cristina Ponte; Rogério Santos, *O Jornalismo Português em Análise de Casos*. Lisboa: Caminho, pp. 19-92.

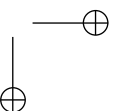
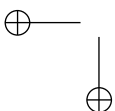
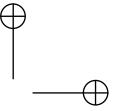
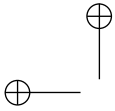
TRAQUINA, N. (2002). *Jornalismo*. Lisboa: Quimera.

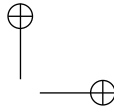
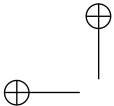
TRAQUINA, N. (2004). *A Tribo Jornalística*. Lisboa: Editorial Notícias.

TUCHMAN, G. (2002). «A Notícia como realidade construída», in João Pissarra Esteves (Org.), *Comunicação e Sociedade*. Lisboa: Livros Horizonte, pp. 91-104.

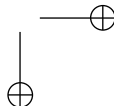
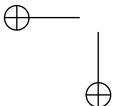
TUCHMAN, G. (1978). *Making news: a study in the construction of reality*. New York: Free Press.

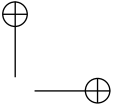
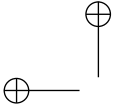
ZELIZER, B. (2000). «Os jornalistas enquanto comunidade interpretativa». *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº 27, *Jornalismos 2000*, (33-61). Lisboa: Relógio d'Água.





CAPÍTULO 5





***Agenda-setting* e efeitos dos Media: o desenvolvimento paradoxal da teoria e o regresso a uma perspetiva comportamentalista**

João Pissarra Esteves

Com uma política de insensibilidade pelas ciências sociais e humanas como pano de fundo permanente, o desenvolvimento do estudo do jornalismo e da comunicação, bem como passos determinados para incentivar os estudos políticos, são prioridades para uma jovem democracia, ainda mais tendo em conta as curtas histórias destes domínios de saber no ensino universitário português.
(Traquina, 2000: 39 e 40)

À luz da teoria [de *agenda-setting*] outra conclusão se impõe: as responsabilidades dos jornalistas são de facto terríveis; esta constatação implica que as exigências feitas aos profissionais do campo jornalístico serão cada vez maiores. Por isso torna-se insustentável negar o papel ativo que os jornalistas exercem na construção da realidade social.
(Traquina, 2000: 42)

Na história dos estudos dos media, a teoria de *agenda-setting* marcará para sempre posição como uma das propostas pioneiras a encetar uma viragem cognitivista na compreensão dos efeitos e, assim, também, a assumir a rutura com o chamado paradigma dominante da sociologia da comunicação, no início da década de 70 do século passado. Hoje, porém, cumpridos 40 anos no “mercado das ideias”, cabe

equacionar o significado propriamente cognitivista que esta teoria ainda mantém – em referência à sua formulação original sobre os efeitos dos media e tendo em atenção, igualmente, os estudos de continuidade que entretanto se desenvolveram. É por todos reconhecida a excecional capacidade de renovação demonstrada por esta teoria ao longo destes anos, mas também uma certa dificuldade de estabilização teórica e metodológica; duas faces da mesma moeda da teoria de *agenda-setting* na sua globalidade, mas que se tornam visíveis de modo mais especial na perspetiva sobre os efeitos dos media que lhe é própria: quanto à delimitação da extensão do ponto de vista cognitivo, bem como no que diz respeito a uma certa dicotomização (inicial pelo menos) de cognições e comportamentos.

A interpelação aqui a explorar mostra-se pertinente não apenas para a sociologia da comunicação – âmbito em que a teoria do *agenda-setting* se impôs de forma decisiva, pela pujança de todo o seu aparato científico (um grande número de autores e de centros de pesquisa associados, ou de trabalhos de investigação e de publicações produzidas); mas também, de modo mais abrangente, para diversos outros domínios dos estudos sociais, para os quais a ideia de *agenda-setting* dos media se impôs, a partir de dado momento, como uma referência incontornável sempre que se tornava necessário mobilizar algum saber específico sobre a importância dos media nas sociedades atuais e nos mais diversificados domínios de atividade humana – logo na sequência do surgimento do célebre texto inaugural desta teoria, assinado por Maxwell McCombs e Donald Shaw (“The *Agenda-setting* Function of Mass Media”, 1972), a partir de um trabalho de campo realizado em Chapel Hill (North Carolina). Esta interpelação, porém, ficará bem longe de recobrir todo o vasto leque de relevantes tópicos científicos abertos pelos estudos de continuidade desta teoria; para sermos mais precisos, o nosso propósito nas páginas que se seguem circunscreve-se a um apenas desses grandes tópicos (de acordo com a sistematização destes estudos de continuidade estabelecida pelo próprio McCombs): as consequências dos efeitos de *agenda-setting* – podendo, quanto muito, ser ainda considerada a relação mais ou menos direta que este assunto estabelece com dois outros tópicos identificados (sobre os efeitos básicos de *agenda-setting* e sobre

o chamado *agenda-setting* de *attributes*) (McCombs, 2005: 544-547). As consequências dos efeitos de *agenda-setting* são afetadas de algum modo por novas questões trazidas à discussão a propósito, por um lado, dos efeitos básicos de *agenda-setting* (desde logo, em termos de grau de intensidade desses mesmos efeitos); e por outro lado, da discussão sobre o *agenda-setting* de conteúdos (*attributes*), que põe em equação consequências ainda mais radicais em termos de efeitos, atingindo a definição da própria natureza destes (não apenas quanto à sua amplitude ou profundidade cognitiva, mas inclusive nas suas possíveis incidências atitudinais).

Entre esplendor e sombras

Começamos por falar de reconhecimento e notoriedade a propósito da noção de *agenda-setting*, a que se encontra, porém, também associada uma pitada de insólito, se nos recordarmos, por exemplo, que ainda hoje se discute a justiça da atribuição do estatuto de teoria a este conjunto de ideias sobre o chamado processo de *agenda-setting* dos media. Não será tanto a consistência da hipótese central relativa a tal processo que é posta em causa – quanto a um certo tipo de funcionamento dos media e aos efeitos que destes emanam a nível social; mas antes um conjunto de outros critérios científicos essenciais relacionados com o desenvolvimento dessa mesma hipótese, os quais se considera estarem insuficientemente representados, ou pura e simplesmente omissos, no extenso corpo de dados que entretanto foram sendo coligidos pelos estudos de *agenda-setting*.

A este nível, porventura o problema crítico maior estará relacionado com alguma heterogeneidade que se verifica no interior deste campo de conhecimentos, algumas grandes disparidades que ainda hoje continuam a poder ser assinaladas entre os diversos autores representados e no que respeita à diversidade das pesquisas realizadas; persiste em todos estes níveis uma certa falta de homogeneidade científica em termos de referências teóricas fundadoras, de procedimentos metodológicos operacionalizados e de plataformas de diálogo preferenciais estabelecidas com outros domínios de saber – todo um conjunto de aspetos essenciais,

há que reconhecer, quando se trata da atribuição do estatuto de “teoria científica” a uma dada proposta ou conjunto de ideias em concreto.

É conhecido como na sociologia da comunicação se institucionalizou, por assim dizer, a partir de dado momento, um discurso que tende a dicotomizar perspectivas comportamentalistas e perspectivas cognitivistas dos efeitos dos media, no pressuposto de “uma clara separação de atitude e cognição”, esta enquanto ideia central da “importante transformação” experimentada por esta disciplina científica, a partir de finais da década de 60 do século passado, na sequência de uma certa crise interna que se instalou por esgotamento do seu anterior paradigma (Saperas, 1987: 27 e 28). A teoria do *agenda-setting* ocupou um lugar cimeiro nesta viragem, marcando bem cedo (logo no início da década seguinte) a sua posição e afirmando de forma muito clara uma diferença em relação às pesquisas do período anterior: quer no que diz respeito a condições de homogeneidade científica de cada um dos campos em questão (comportamentalismo/cognitivismo), quer a estilos de liderança teórica respetivos – a importância de Maxwell McCombs, por exemplo, no âmbito dos estudos de *agenda-setting*, nunca será nada equiparável ao que Paul Lazarsfeld representou, enquanto uma verdadeira autoridade científica e administrativa, para o chamado Paradigma Dominante (Gitlin, 1978: 107-151).

Estas características traduzem, sem dúvida, um constrangimento no que respeita a uma afirmação científica mais determinante da teoria de *agenda-setting*, mas observadas sob um outro prisma podem assumir também um significado diferente: elas terão contribuído à sua maneira para esta teoria ter mantido, até aos dias de hoje, uma vitalidade invejável. Pensamos no que essa homogeneidade mais frouxa ou uma liderança mais difusa dentro significaram para a teoria como condições para uma maior disponibilidade de problematização, de permanentemente equacionar novas questões pertinentes relacionadas com os media e os seus efeitos, e também quanto a uma capacidade de imaginação fora do comum para explorar novas vias explicativas sobre os fenómenos em observação (a construção de pontes de diálogo com saberes muito diversos, que tanto podem ir da sociologia do conhecimento, à psicologia cognitiva ou à semiótica textual, para referir apenas alguns exemplos).

Ainda assim, quando se equaciona a vitalidade dos estudos de *agenda-setting*, aquilo que de imediato ressalta e que é mesmo mais determinante é a sua hipótese explicativa de base quanto ao processo dos efeitos dos media – é a partir daí que todos os desenvolvimentos da teoria (por mais díspares que sejam) ganham forma e é também a esse ponto que, em última análise, todos os resultados dos estudos acabam por reenviar (mesmo quando esses resultados apresentam, ou aparentam, dissonâncias ou até alguma incoerência entre si), de uma forma ou de outra.

Breve revisão da matéria dada (sobre a hipótese de base da teoria)

Comecemos então por aí, pela hipótese explicativa de base quanto aos efeitos dos media, na perspectiva do *agenda-setting*.

Primeiro, relativamente ao seu recorte cognitivista. Nos textos iniciais da teoria, este assume o significado claro de uma alternativa a qualquer outra noção de efeitos concebidos em termos de atitudes ou comportamentos: os efeitos dos media são equacionados a nível de quadros mentais e de universos cognitivos dos indivíduos – os mediadores da relação com o mundo que nos rodeia – e nunca, propriamente, em termos comportamentais (como acontecia na anterior sociologia da comunicação, ou seja, quando os efeitos foram enquadrados nos processos sociais de persuasão ou de manipulação).

Como se operacionaliza tudo isto? Através do papel essencial que cabe aos media na definição de uma agenda de assuntos que capta a atenção do público; ou segundo uma explicação mais prosaica do processo geral de funcionamento dos media: a agenda dos media (enquanto elenco de matérias informativas prioritárias que assumem aí uma maior visibilidade) é objecto de uma transposição para a consciência do público, de tal modo que acaba por se constituir como a agenda deste – a agenda pública propriamente dita (assim construída, pois, com o mesmo elenco de matérias prioritárias da agenda dos media, as quais passam deste modo a fixar o espectro de preocupações e de motivos de interesse de um dado público).

Uma das primeiras versões desta hipótese avançou numa formulação maximalista do chamado efeito de agendamento dos media, ao consi-

derar que a transposição temática anteriormente referida não era meramente um reconhecimento genérico de assuntos, mas incluía também a afetação mais precisa da ordem de importância com que esses mesmos assuntos eram apresentados nos media (e depois, correspondentemente, a forma como eles eram sinalizados em termos de importância ou atenção relativas por parte do público). Isto é, a ideia de que a agenda dos media se impõe (determina ou influencia decisivamente) à agenda pública na própria definição do modo como os assuntos são ordenados (*salience*) em cada uma das agendas – a hierarquização dos temas na agenda pública reproduz aquela estabelecida na agenda dos media.

Transcrevemos em seguida alguns excertos dos primeiros textos que fixaram esta hipótese de *agenda-setting* e que nos parecem especialmente esclarecedores quanto aos aspetos que acabámos de referir sobre os efeitos dos media:

«Embora os mass media possam ter pouca influência sobre a direcção ou a intensidade das atitudes, coloca-se a hipótese de os mass media estabelecerem a agenda para cada campanha política, influenciando a importância das atitudes com respeito às questões políticas» (McCombs e Shaw, 1972: 177).

«A ideia básica do *agenda-setting* afirma que existe uma relação directa e causal entre o conteúdo da agenda dos media e a subsequente percepção pública dos temas do dia mais importantes; verifica-se uma aprendizagem directa da agenda dos media por parte dos membros do público» (McCombs, 1981: 210).

E ainda:

«As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflecte de perto a ênfase atribuída pelos mass media aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas» (Shaw, 1979: 96).

O tipo de efeitos aqui equacionado pode ser expresso, assim, como o

Livros LabCom

poder dos media constituírem quadros simbólicos fundamentais para se realizarem as interpretações do mundo que nos rodeia; de acordo com a célebre ideia de Bernard Cohen, segundo a qual, os media podem não ser eficazes a ditar o que pensamos dos assuntos, mas são-no a determinar aquilo sobre que devemos pensar:

«[A imprensa] pode não ser bem sucedida, na maior parte das vezes, a dizer às pessoas o que devem pensar, mas é extraordinariamente bem sucedida ao dizer aos seus leitores sobre o que eles devem pensar. E daqui se segue que o mundo parece diferente a pessoas diferentes, em consequência não apenas dos seus interesses pessoais, mas também do mapa que para elas é desenhado pelos escritores, editores e redatores dos jornais que elas leem» (Cohen, 1963: 13).

Os media podem não definir, exatamente, o sentido do mundo, mas através da sua agenda balizam com notável precisão os limites que esse sentido pode assumir, ou seja, em última análise, os limites do nosso pensamento sobre a realidade envolvente.

Este poder dos media tem como justificação imediata o facto de a nossa experiência simbólica ser hoje em dia cada vez mais adquirida de uma forma indireta, ou seja, não por via de um contacto pessoal com a realidade (ou de qualquer outra forma de conhecimento imediato dessa mesma realidade), mas através de uma mediação, ou mais exactamente, de mediatização: através do recurso a dispositivos tecnológicos de comunicação. O poder dos efeitos sociais dos media, mais que uma intrincada questão técnica relacionada com dispositivos, deve ser equacionado à luz da alteração das condições da experiência simbólica do homem – no que respeita à forma como hoje estabelecemos uma relação essencialmente mediada com o mundo em geral que nos rodeia.

As pesquisas de continuidade do *agenda-setting* procuraram consolidar esta ideia inicial, incisiva e muito contundente, sobre os efeitos sociais dos media, embora os resultados alcançados nem sempre a tenham corroborado. Como explicaremos já a seguir, nos estudos de continuidade da teoria, a ideia inicial sobre os efeitos, tal como antes a apresentámos em linhas gerais, adquiriu alguns desenvolvimentos inesperados e até paradoxais; uma situação, porém, não inteiramente nova no que se

refere aos estudos dos efeitos: como já antes tinha acontecido com outras teorias, agora de novo, com a teoria de *agenda-setting*, os resultados alcançados nas pesquisas não coincidem com as expectativas constituídas à partida, e determinados aspetos centrais da ideia inicial dos efeitos de *agenda-setting* tiveram mesmo de ser objeto de uma revisão. Por vezes, é a própria ideia de efeito de agendamento que assume um significado um tanto difuso, outras vezes é o significado das consequências do agendamento que proporciona interpretações mais imprevisíveis.

Como se compreende, esta situação não favorece uma estabilização teórica da hipótese de *agenda-setting*. É até surpreendente, de certo modo, como neste ambiente de incerteza e impasses, os estudos de *agenda-setting* conseguiram continuar (e continuam ainda no presente) a despertar um tão elevado interesse junto da comunidade académica e científica. O que, numa primeira impressão, se acreditaria poder constituir um motivo *in/bidor* de tal entusiasmo (as dissonâncias teóricas e metodológicas, os impasses criados em consequência dos resultados alcançados, um desenvolvimento algo desconexo do conjunto das pesquisas), na verdade, parece ter funcionado antes em sentido contrário. Toda esta indefinição e os fatores de incerteza referidos acabaram por suscitar, de facto, um interesse e curiosidade acrescidos pela teoria – o que também ilustra exemplarmente o novo espírito do tempo, por oposição ao que se tinha verificado em períodos anteriores (em especial no que se refere à teoria dos efeitos limitados, onde tudo era “excessivamente” coerente, sólido, estável e previsível – pelo menos em aparência –, no quadro de uma pesquisa que se definia segundo uma orientação única e inquestionável).

Mas nesta nova situação há algo mais do que apenas, simplesmente, esse novo “espírito do tempo”. Não são só questões de moda que colocaram (e mantêm) os estudos de *agenda-setting* na crista da onda, mas antes de mais a força que dimana da própria tese central sobre os efeitos dos media assumida por esta teoria. Nenhum dos problemas referidos, nenhum dos impasses da pesquisa identificados, nenhuma dissonância de resultados foi suficientemente forte (no sentido dissuasor) para pôr em causa a ideia central dessa tese. Pelo contrário, todos esses problemas puderam, de uma forma ou de outra, ser sempre reconduzidos à

ideia de efeitos em questão, não no sentido de a bloquear, mas de possibilitar a abertura de novos horizontes, a exploração sistemática de novas perspectivas de conhecimento sobre os media, sobre o seu funcionamento e efeitos, no quadro de uma realidade comunicacional e de uma realidade social (no sentido mais lato do termo) compreendidas, também elas, à luz de pontos de vistas originais.

Surpresas e perplexidades diante do ecrã

Um dos primeiros problemas a merecer atenção nos estudos de continuidade do *agenda-setting* está relacionado com a tentativa de especificação dos efeitos de agendamento de acordo com o tipo de medium concreto em presença. Por outro lado, as lacunas de conhecimento no que se refere ao medium televisivo – praticamente ausente até essa data da sociologia da comunicação – acentuaram sobremaneira o interesse por esta linha de pesquisa. Ao mesmo tempo, como é sabido, as formulações iniciais da teoria assumiam uma linguagem de tal modo generalista (referindo-se os media ou aos mass media em termos gerais, como se pôde constatar nos excertos antes reproduzidos) que deixavam subentendida uma regularidade de perfis (improvável porém) entre os diferentes media, no que diz respeito ao poder dos seus efeitos (à capacidade de imposição da sua agenda como agenda pública).

Na verdade, o simples facto de, a partir de dado momento, se ter passado a explorar empiricamente de forma sistemática a hipótese de uma especificação do efeito de agendamento consoante o medium em causa, isto é, o se ter admitido que o poder de *agenda-setting* não é uniforme em todos os media e, como parece óbvio, que os efeitos cognitivos da comunicação dos media são, por conseguinte, variáveis de acordo com o tipo de dispositivo comunicacional utilizado, só por si esta possibilidade já introduz um elemento de certo modo dissonante com relação às formulações iniciais (absolutamente genéricas) da teoria.

Afirmou-se no início que os efeitos cognitivos dos media eram, em termos gerais, muito poderosos, mas veio depois a descobrir-se que não o são de uma forma completamente uniforme: há diferenças a este nível entre os vários media que importa ter em atenção. Mas o elemento pro-

priamente paradoxal destes estudos de continuidade no que respeita a uma especificação mais precisa do efeito de *agenda-setting* diz respeito, muito em especial, às expectativas criadas quanto ao medium televisivo. Já o referimos, este medium tinha estado até então praticamente ausente da sociologia da comunicação, ao mesmo tempo que vinha registando uma difusão social explosiva, a que se juntava uma certa percepção (ainda que essencialmente intuitiva) da singularidade das suas mensagens: quanto às suas características mais incisivas, mais penetrantes e, nesse sentido, supostamente mais poderosas em termos sociais. Porém, foi tudo isto que as primeiras pesquisas empíricas sobre o assunto vieram pôr em questão: ao contrário das expectativas constituídas, os resultados alcançados puseram em evidência que o efeito de agendamento da televisão não só é consideravelmente independente dos níveis de consumo das mensagens deste medium, como também, por outro lado, e ainda mais importante, que o seu poder de agendamento não supera, como se supunha, o dos outros media em geral (pelo contrário, no que diz respeito à imprensa, por exemplo, esta apresenta-se até como mais poderosa em termos de *agenda-setting*).

Sem podermos concluir que a ideia de efeitos poderosos chega a ser posta em causa por estas conclusões, teremos pelo menos de admitir que ela se vê seriamente limitada no seu alcance. Nem o medium televisivo tem, por si mesmo, o poder sobre a sociedade que se imaginava, nem o grau de intensidade do consumo das suas mensagens parece constituir um fator relevante de primeira ordem quanto ao poder dos seus efeitos (como era também ideia corrente).

Importa, porém, deixar uma ressalva importante, e que por vezes é esquecida, quanto a este assunto: as considerações anteriores devem ser compreendidas no quadro de uma avaliação relativa de resultados (na comparação dos diversos media) e não como um tipo de avaliação em termos mais ou menos absolutos. O que nos permite afirmar, por conseguinte, que embora o efeito de *agenda-setting* específico da televisão possa ser algo discreto (e inferior ao da imprensa, comparativamente), não significa de modo algum que o seu poder social seja pouco relevante – o poder dos seus efeitos sobre a sociedade serão em todo o caso importantíssimos, tendo em conta o (mais) elevado grau de difusão deste

medium. E tanto mais assim será quanto mais evidentes são, nos dias de hoje, os sinais de uma situação regressiva em termos de hábitos de leitura de jornais – e se a situação geral a nível mundial é neste aspeto inquietante, mais ainda será em países como o nosso, em que temos como pano de fundo uma enorme fragilidade estrutural histórica da imprensa e de consumo de jornais.

No primeiro estudo a revelar estas importantes conclusões quanto ao medium televisivo, os seus autores chegaram a pronunciar-se em termos de uma “confirmação limitada da hipótese de *agenda-setting*” (McClure e Paterson, 1976: 28). Mas nada que estudos seguintes não viessem remediar, por assim dizer, na medida em que no aprofundamento de conhecimentos sobre o agendamento realizado pela televisão se chegou a uma série de outras importantes especificações (compensatórias) relacionadas com este medium. Por exemplo, quanto ao facto de o poder dos seus efeitos exigir uma diferenciação de perfis de agenda; sendo que o problema anteriormente identificado diz respeito, sobretudo, a agendas de perfil mais exigente (em torno de temas centrais, de indiscutível interesse público), e não tanto a agendas de baixo perfil (sobre questões e assuntos menores, mais periféricos ou insólitos). Mauro Wolf refere-se a este propósito a “uma capacidade [do medium televisivo] mais indiferenciada, mas igualmente importante, de empolar certos aspectos gerais, em detrimento de outros: aspectos competitivos e formais, de ‘bastidores’, versus elementos essenciais de uma estratégia política” (1985: 133).

Outros exemplos de especificações relevantes relacionadas com o medium televisivo dizem respeito a alguns dos seus recursos técnico-operacionais, os quais, quando utilizados de uma certa forma mais intencional, funcionam como um fator de potenciação dos efeitos de agendamento produzidos. Referimo-nos, mais em concreto, a interrupções intencionais das sequências de programação definidas, à utilização em larga escala de elementos visuais nas mensagens difundidas ou, ainda, ao recurso aos chamados “diretos”. Se tivermos em consideração que, hoje em dia, todos estes recursos acabaram por ser incorporados, por assim dizer, no padrão normal de funcionamento do medium televisivo (fazem parte da sua rotina operacional), concluiremos que uma aprendizagem no que diz respeito ao efeito de *agenda-setting* não tem apenas

como únicos destinatários aqueles a quem as mensagens são dirigidas, mas também os próprios media: a televisão “aprendeu” muito rápido, com o seu próprio funcionamento, a ajustar mais eficazmente os seus procedimentos de rotina de modo a potenciar os efeitos cognitivos produzidos (ou expressando esta ideia de forma talvez mais simples, a televisão “aprendeu” com o efeito de *agenda-setting* a superar algumas das suas próprias limitações de partida, no que respeita ao poder das suas mensagens em termos de efeitos cognitivos).

Quanto à aprendizagem neste âmbito, há ainda um outro nível importante a ter em consideração: o do próprio público que participa mais diretamente no processo televisivo (alguns dos seus sectores ou elementos mais ativos e organizados), na qualidade de atores dos media. Referimo-nos a uma aprendizagem não apenas sobre os assuntos que chegam ao público por via dos media, mas também sobre um certo tipo de comportamentos que podem interferir de modo relevante num acesso mais favorável aos media (ou seja, a questão de como influenciar a agenda dos media). Estamos a pensar, muito em especial, nas estratégias delineadas de forma calculista pelas fontes organizadas (partidos políticos, associações cívicas, governos, instituições, empresas, etc.) no seu relacionamento com os media, tendo por objetivo alcançar uma maximização dos recursos referidos de forma a potenciar a sua própria visibilidade mediática – por exemplo, acontecimentos produzidos com o objetivo de entrarem “em direto” em momentos chave, ou happenings que são encenados apenas para criarem imagens apelativas para as televisões. A matéria é extensa e complexa, e esta breve incursão não é mais do que uma simples alínea numa das áreas mais importantes de desenvolvimento das pesquisas de *agenda-setting*: o estudo das fontes da agenda dos media – questão de que se ocupariam muitos investigadores, a partir do momento em que nos seus espíritos se impôs esta (nova) interrogação fundamental, “se a imprensa fixa a agenda pública, quem fixa a agenda dos media?” (McCombs, 2005: 548).

O caráter paradoxal dos estudos de continuidade no que respeita à definição do perfil de agendamento dos diferentes media assume, pois, no caso do medium televisivo, um padrão extremamente irregular, envolvendo como que elementos compensatórios diferenciados que se

combinam entre si de forma a produzir equilíbrios variáveis de situação para situação. Por um lado, o medium televisivo parece apresentar em termos genéricos um baixo perfil de agendamento, que estará relacionado antes de mais com o seu tipo de discurso – mais fragmentário, espetacular, dramatizado (segundo padrões simbólicos menos favoráveis à produção de quadros cognitivos sólidos, sobre assuntos substantivos, e de interpretações mais aprofundadas dos acontecimentos); por outro lado, e como que num efeito corretivo, a televisão tem a possibilidade de contornar estas limitações através de um conjunto de recursos técnicos, com os quais parece conseguir subverter o próprio sentido de “interesse público” atribuído aos assuntos, a acontecimentos, a personalidades, etc.

De volta às mediações (antes) dos Media

Um segundo problema nos estudos de continuidade da teoria de *agenda-setting* a gerar resultados paradoxais quanto aos efeitos dos media diz respeito, genericamente, às condições de mediação social da própria relação que as pessoas estabelecem com os media – questão também omissa nas primeiras formulações da teoria (talvez por motivos essencialmente estratégicos, como forma de demarcação em relação ao passado, dado tais condições terem merecido uma atenção muito especial por parte da teoria dos efeitos precedente).

Essas primeiras formulações deixam pendente a ideia de uma relação direta entre media (as suas mensagens) e audiências, mas logo a seguir diversos trabalhos de campo vieram pôr em evidência de que as coisas não são bem assim. Podemos afirmar, sendo mais precisos, que estas pesquisas trouxeram uma maior razoabilidade à forma de estabelecer o corte com as conceções dos efeitos anteriores: essa demarcação não necessita de nenhuma hiperbolização (artificial) dos antagonismos, pelo contrário, alguns elementos analíticos do quadro teórico anterior poderão, perfeitamente, ser mantidos – como acontece neste caso em concreto dos fatores sociais que estabelecem uma mediação na própria relação media-audiências.

Mas tomar em devida conta estes fatores tem implicações no modo de entender o efeito de *agenda-setting*. Tal como antes na teoria de La-

zarsfeld, o reconhecimento da presença desses fatores no processo de comunicação dos media tem objetivamente como resultado alguma minimização do poder destes mesmos media. Não se trata de um regresso à ideia de efeitos mínimos, mas significa sem dúvida um certo esbatiamento da noção de efeitos poderosos (ilimitados e incondicionais), pelo menos na forma como estes foram formulados nos enunciados iniciais da hipótese de *agenda-setting*. E também, como é óbvio, não deixamos por este motivo de nos manter perfeitamente enquadrados num âmbito de efeitos cognitivos. O que se verifica é o reconhecimento – tal como já antes tinha acontecido quanto aos efeitos comportamentais – de que os atributos sociais e psicológicos dos destinatários das mensagens dos media constituem uma variável a considerar na compreensão e explicação dos efeitos: esses atributos modulam de certo modo o processo de agendamento, em especial na parte do impacte cognitivo que as mensagens dos media têm efetivamente sobre as pessoas.

Conclusões mais claras neste sentido decorrem de pesquisas realizadas no âmbito da comunicação política, em que se verificou (de forma semelhante às pesquisas comportamentalistas anteriores) que o efeito de agendamento é afetado pelo perfil das audiências – as predisposições sociais e psicológicas dos indivíduos, recorrendo à linguagem já conhecida da teoria anterior. Estas características funcionam no processo de *agenda-setting* como uma espécie de modulador: tanto podem potenciar como inibir ou esbater os efeitos cognitivos dos media (passando estes a assumir o estatuto de variável dependente, pelo menos quanto ao grau da sua intensidade). No entanto, o significado mais geral desta evolução teórica só pode mesmo ser compreendido como uma certa moderação (mais uma) das formulações iniciais – naquilo que esta teoria tinha de mais generalista e absolutamente categórico (quanto ao poder dos media).

Além dos indicadores sociopsicológicos mais comuns, que já antes tinham sido amplamente operacionalizados pela sociologia da comunicação (idade, sexo, local de residência, níveis de rendimentos, de educação, etc.), as pesquisas de *agenda-setting* permitiram individualizar um novo elemento importante neste contexto de mediação da relação media-audiências – algo que interseta por assim dizer esta relação e que modeliza de forma muito determinante os efeitos produzidos. Trata-se

do grau de experiência que as audiências possuem (ou não) sobre os assuntos e problemas que são objeto de tratamento mediático (os diversos itens da agenda dos media): “a influência potencial dos media é maior quando o público não tem um contacto direto com o problema” (Lang e Lang, 1981: 283). Pelo contrário, quanto mais intensa é a experiência direta que as pessoas possuem dos assuntos, mais ténue será o efeito de agendamento produzido; ou colocando a questão sob um ponto de vista mais abrangente: embora cada vez mais os media nos nossos dias se apresentem como fontes primárias de experiência social, ainda assim parece que lhes continua a caber um papel secundário, pelo menos em termos cognitivos, sempre que os mesmos não se encontram sozinhos no terreno – quando não são a única fonte de experiência e, mais em especial, quando se encontram em concorrência com fontes de experiência primária diretas (quaisquer formas de contacto sensorial mais imediato estabelecido com os diversos elementos do mundo envolvente).

Efeitos mais ou menos poderosos?

Em função das características das audiências, genericamente, podemos equacionar uma centralidade de certos temas da agenda dos media, definida em função de uma espécie de índice de adequabilidade temas/audiências. Além disso, a centralidade dos temas constitui-se como um fator objetivo de garantia dos efeitos cognitivos dos media (ou seja, no sentido em que aqueles temas, pelo menos, acabarão mesmo por vir a ser assimilados pelo público).

Contudo, a realidade do processo de agendamento no que diz respeito à natureza dos temas que constituem a agenda dos media parece assumir uma dimensão um tanto mais complexa do que apenas aquilo que esta descrição nos dá. A centralidade dos temas é uma variável relevante a nível dos efeitos observados, no sentido em que a passagem (simplificando a linguagem) dos temas dos media para o público se torna tanto mais fácil quanto mais estreita for a correspondência desses temas às predisposições daqueles a quem eles se destinam. Mas as pesquisas de campo vieram ainda pôr em evidência um outro padrão de agendamento aparentemente contraditório (ao anteriormente referido), no que respeita

à natureza dos temas da agenda dos media: determinados temas que, embora não apresentem qualquer centralidade, demonstram porém índices muito elevados de mobilidade (a sua capacidade de transposição entre agendas). E talvez mais importante ainda, segundo o prisma de discussão que temos estado aqui a desenvolver no que diz respeito aos estudos de continuidade do *agenda-setting*, é o facto de em relação a estes temas ser evidente não só uma maior facilidade da sua passagem da agenda dos media para a do público, mas também o tipo de efeito alcançado ser, por assim dizer, maior (com um envolvimento cognitivo mais intenso ou profundo). Manifestamente, neste caso, o limite das cognições ativadas não termina num mero reconhecimento de temas, mas antes alcança aspetos de maior especificidade no que diz respeito a esses temas: uma identificação e compreensão das diversas variáveis em jogo (na discussão de um dado problema, por exemplo), um conhecimento dos argumentos produzidos e desenvolvidos a propósito dos assuntos, das estratégias discursivas seguidas e das estratégias de ação envolvidas, das alternativas em equação (as diferentes soluções apresentadas para um dado problema, por exemplo), etc.

O elemento paradoxal nesta linha de desenvolvimento dos estudos de *agenda-setting* – e de forma diferente dos exemplos antes referidos – vai claramente no sentido de uma maximização do poder social dos media (por via dos seus efeitos cognitivos): a fórmula inicial da teoria é, neste caso, superada. E daqui devem ser extraídas consequências de peso no que respeita, por exemplo, ao funcionamento dos atuais espaço público e opinião pública. Por um lado, se é verdade que estas instâncias sociais mantêm um enraizamento primordial a nível da experiência quotidiana (pelo contacto direto e pessoal que mantemos com determinados assuntos e problemas que têm uma presença assegurada a esse nível), por outro lado, é também verdade que, em certas circunstâncias pelo menos (e em condições ainda não perfeitamente esclarecidas), o espaço público e a opinião pública demonstram uma maior suscetibilidade à influência dos media – sobre matérias em relação às quais os media são, talvez, a fonte primária de experiência (se não mesmo a única), e das quais os efeitos produzidos não se limitam a um vago reconhecimento de assuntos.

O que resulta de tudo isto é, pois, uma especificação dos efeitos (no

plural) de *agenda-setting*, algo que a formulação inicial desta hipótese também não previa de modo algum – diferentes níveis de cognição, em função de “limiares de perceptibilidade” (dos assuntos) também diferenciados:

“Certos temas, como a inflação, o aumento de impostos ou a escassez de gasolina, surgem a partir de condições que afectam todas as pessoas da mesma forma, assumindo nessa medida uma forte propensão para se apresentarem como preocupações de ordem pessoal. Um tipo diferente de temas está relacionado com uma situação cujos efeitos são experienciados selectivamente, como por exemplo, o congestionamento urbano ou o recrutamento militar. Por último, existem as condições e os desenvolvimentos cujos efeitos são geralmente remotos para quase todos, como é o caso da situação dos refugiados vietnamitas ou os atos ilícitos em altos cargos de governo. Consideramos que estas três categorias têm limiares de perceptibilidade muito diferentes e que a natureza da influência exercida pelos media varia em conformidade” (Lang e Lang, 1981: 282).

Issues e attributes: os comportamentos de regresso aos efeitos

Como já foi esclarecido, não é nosso propósito fazer aqui uma revisão sistemática dos estudos de continuidade do *agenda-setting*, mas tão só destacar algumas consequências mais relevantes dos mesmos no que à noção de efeitos dos media (e seus graus de incidência) diz respeito. Os dados não são unívocos quanto à hipótese de *agenda-setting* dos media, mas é exatamente isso que os torna mais instigantes de um ponto de vista científico. Já antes também referimos que a força principal desta teoria não se encontra tanto em possíveis certezas absolutas trazidas a este domínio de estudo da comunicação, mas antes na abertura de novos horizontes (de discussão dos efeitos sociais dos media em termos cognitivos) e numa proverbial capacidade de problematização (a formulação de hipóteses explicativas originais, sobre âmbitos de funcionamento dos media e de processamento dos seus efeitos nunca antes explorados).

Alguns resultados paradoxais dos estudos de continuidade marcaram de forma especial o desenvolvimento teórico da hipótese de *agenda-setting*: as duas tendências já referidas ilustram exemplarmente o modo

desigual desse desenvolvimento. Os dados que apontam no sentido de uma certa moderação da hipótese inicial foram incorporados com alguma normalidade no quadro geral da teoria, não exigindo desta alterações muito radicais – o seu impacto teórico limitou-se a um mero ajustamento. Já os dados que enfatizam o poder dos media (a nível da intensidade dos efeitos ou até mesmo, como veremos mais adiante, do próprio âmbito dos mesmos) exigiram uma revisão teórica propriamente dita, estando na origem daquilo que passou a ser habitualmente designado por estudos de agendamento de um segundo nível (ou uma nova dimensão de efeitos do *agenda-setting*).

Não se pode falar de uma nova geração, no sentido próprio do termo, como responsável por este passo da teoria, pois nomes como os de Maxwell McCombs e outros autores dos primeiros tempos mantêm-se ainda hoje na primeira linha das hostilidades. O segundo nível de agendamento, para o qual, progressivamente, todos estes autores se foram direcionando, corresponde a um reforço da hipótese inicial no que respeita ao poder dos media, a partir de dados de pesquisa que mostram como a eficácia destes mesmos media, em termos de uma imposição das suas agendas ao público não se limita a um simples recorte de temas e assuntos (*issues*), mas pode muito bem também incluir – ou inclui inevitavelmente – conteúdos propriamente ditos relacionados com os assuntos (*attributes*).

Passando em revista diversos estudos sobre temáticas muito diferentes (política/candidatos, vida comunitária, delinquência, questões urbanísticas, economia), a síntese que se segue deixa poucas dúvidas:

“Todos estes estudos apresentam provas de que, em boa medida, se comunica algo mais do que o destaque de um assunto. Em cada caso, a cobertura informativa incluía certas facetas ou aspetos que ficavam vinculados ao tema nas mentes do público (...). Ao salientar certos aspetos de um tema ou de um candidato, os media não só influenciam os temas sobre os quais pensamos, mas também, parafraseando Bernard Cohen, os media têm um sucesso espantoso ao influenciarem como pensamos acerca desses assuntos (...). As palavras e as imagens que constituem as notícias são mais do que uma conversa espirituosa ou elementos ornamentais. São matéria bruta que imputa atributos aos assuntos, aos can-

didatos, às ideias. Apropriam-se da ideia vazia que se encontra por detrás de um assunto ou de um acontecimento e fazem-na ressoar perante o leitor ou o ouvinte. Podem criar estereótipos ou moldar uma imagem, ainda que isso seja feito involuntariamente ou sem malícia” (McCombs e Evatt, 1995).

A evocação de Cohen convida-nos a recuar ainda um pouco mais, até Walter Lippmann e à sua célebre ideia das «imagens na nossa cabeça» (1922: 3-32). Nesta nova fase dos estudos de *agenda-setting*, é como se essas imagens ganhassem uma definição bem precisa: não são já meras silhuetas (ao jeito do efeito de *agenda-setting* de primeiro nível), mas incluem muitíssimos pormenores (cores, volume, detalhes – um conteúdo, em suma). E a atenção passa agora a recair sobre os aspetos/pormenores dos temas que adquirem um relevo para as pessoas – em resultado da forma como esses mesmos temas são tratados nos media. Por conseguinte, o programa de trabalhos relacionado com esta segunda dimensão do agendamento inclui já não apenas *aquilo sobre o que as pessoas pensam*, mas também *o como elas realmente pensam sobre as coisas*; a forma como pensam os assuntos e problemas em função de determinados atributos que adquirem um carácter público, em resultado do modo como esses mesmos atributos foram apresentados ou enfatizados nas notícias (ou por que não, também em outros géneros de discursos dos media).

Na verdade, a ideia de *agenda-setting* nesta perspetiva ganha uma maior abrangência. Por um lado, e “se queremos de facto perceber de que modo esta ementa variada de mensagens afeta a nível do público as suas perceções, atitudes e compreensão do mundo que o rodeia” (McCombs e Evatt, 1995), a discussão sobre o *agenda-setting* tem, em primeiro lugar, de alargar os seus horizontes para além da política (“assuntos públicos”) – aos domínios da economia, dos negócios ou do desporto, para referirmos apenas alguns exemplos mais conhecidos (cf. McCombs, 2005: 553). Em segundo lugar, o universo dos media não poderá limitar-se às notícias, passando também a incluir a publicidade, o entretenimento, os programas televisivos populares e sensacionalistas, ou os *talk shows*, por exemplo – um enfoque dos media muito mais amplo é da maior importância. Por último, poderão ainda ser consideradas como campo de aplicação dos conhecimentos sobre *agenda-setting* outras instituições (para

além dos media), como nos casos referidos por Maxwell McCombs das universidades (a aprendizagem em sala de aula), ou da religião (as igrejas organizadas) (*Ibid.*: 553 e 554). Um outro modo de nos referirmos a esta maior abrangência dos processos de *agenda-setting* será pensando estes à escala de uma multiplicidade de públicos específicos, com interesses igualmente específicos (e já não apenas como processos exclusivos de um único grande público e em função de um interesse geral): “existem muitas agendas na sociedade contemporânea, e na medida em que os indivíduos consideram essas agendas como pertinentes para as suas vidas, encontraremos efeitos de *agenda-setting* mais abrangentes” (*Ibid.*: 554).

Passa a estar em questão um nível de conhecimentos mais vastos e profundos, nos efeitos dos media sobre o público: é o *agenda-setting* de atributos, que explora o controlo que os media exercem sobre os conhecimentos que as pessoas adquirem dos assuntos (não apenas sobre estes enquanto tal, em abstrato, mas também sobre a sua substância). Este é, porventura, o aspeto mais decisivo da evolução dos estudos de *agenda-setting*, que se coloca muito além de todas as questões metodológicas (ou afins) mais ou menos diretamente associadas, pois define uma reorientação propriamente teórica desta hipótese geral sobre os efeitos dos media: a discussão deixa de se limitar à transferência entre agendas dos itens, do destaque que têm os respetivos objetos, ou mesmo às condições variáveis que podem afetar este efeito de *agenda-setting*, para passar a incidir nas consequências dessa transferência (inerentes ou subsequentes ao primeiro nível de agendamento) em termos de formação de opiniões propriamente ditas e mesmo de atitudes perante os assuntos públicos (ou outros).

É o próprio McCombs que sublinha o significado desta evolução e enfatiza a rutura que a mesma representa (na passagem da primeira para a segunda dimensão do agendamento) – recorrendo a um comentário que é também uma espécie de breve nota biográfica, tendo em atenção o papel assumido por este mesmo autor em ambos os momentos referidos dos estudos de *agenda-setting*:

“A síntese clássica de agendamento apresentada por Bernard Cohen – os media poderão não nos dizer o que pensar, mas são altamente eficazes a dizer-nos sobre o que pensar – foi virada do avesso. Novas investigações que

exploraram as consequências do agendamento e do enquadramento, feito pelos media, sugerem que os media não só nos dizem sobre o que é que devemos pensar, como também nos dizem como pensar sobre isso, portanto, e consequentemente, o que pensar” (McCombs e Shaw, 1993: 135).

Em torno deste importante núcleo teórico de desenvolvimento dos estudos de *agenda-setting* ganhou forma uma nova problemática essencial da disciplina: a compreensão das condições que impõem determinados atributos (conteúdos) como predominantes na forma como o público pensa e fala sobre os assuntos públicos. E para responder a esta questão, a teoria acabaria também por estabelecer uma das suas mais importantes pontes de diálogo, mais concretamente com os chamados estudos de *framing*. Se tivermos em mente a noção constituinte, por assim dizer, destes estudos, será fácil de compreender a motivação (e as vantagens) da aproximação destas duas áreas disciplinares:

“*to frame* é seleccionar determinados aspetos de uma realidade percecionada e torná-los mais evidentes num texto comunicacional, de forma a promover uma certa definição do problema, interpretação causal, avaliação moral e ou o tratamento recomendado do item descrito” (Entman, 1993: 52).

A *frame* de um determinado assunto/tópico identifica, pois, um certo tipo de conteúdos (*attributes*) desse assunto – aqueles que impõem uma descrição e uma caracterização mais penetrantes do assunto em questão. Nesse sentido, são bastante óbvias as vantagens que podem resultar desta aproximação entre os estudos de *agenda-setting* (dos *attributes*) e o conceito de *framing*: no seu horizonte desenha-se a abertura de um leque de novas perspetivas quanto à influência que os diversos padrões de descrição dos assuntos podem ter sobre o modo como o público pensa de facto sobre esses mesmos assuntos (apreendidos através das notícias, mas também mais genericamente, através de outros géneros de discursos dos media).

No limiar da própria noção de *agenda-setting*?

Não pretendemos de modo algum desvalorizar os avanços no plano

metodológico das pesquisas de *agenda-setting* (nem a importância dos problemas que a este nível ainda hoje se colocam), mas tais questões têm sempre de se colocar bem enquadradas numa dada linha (ou linhas) teórica(s) de orientação – no caso concreto, uma linha que seja capaz de equacionar concomitantemente as duas dimensões do *agenda-setting* referidas.

Até porque praticamente todos os problemas metodológicos em questão podem ser equacionados de forma recorrente nos dois níveis de agendamento referidos, isto é, trata-se de problemas que afetam tanto o agendamento a um nível de assuntos como de atributos. Este é o caso, por exemplo, das questões metodológicas relacionadas com uma melhor especificação dos vários media: que tipo de efeitos ou qual a intensidade dos efeitos produzidos pelos diferentes media, como se produz o efeito (ou efeitos) de agendamento em cada medium em concreto ao longo do tempo, que sentido tem falar de um efeito de agendamento intra-media, isto é, dos media uns sobre os outros? Sobre esta última questão, de novo a televisão volta à ribalta, e mais uma vez para mitigar a anterior evidência do baixo perfil de agendamento deste medium: a incidência mais imediata dos efeitos da televisão sobre a audiência permitem encarar este medium como uma espécie de reorientador (*spot-lighting*) do efeito de agenda produzido pela imprensa, por exemplo.

Outro caso de questões metodológicas relevantes para os novos estudos de agenda-setting diz respeito a uma especificação do próprio processo de *agenda-setting*; na medida em que o esclarecimento do mecanismo de transposição de agendas se tem praticamente limitado a um critério quantitativo (contagens de frequência dos temas na agenda dos media, ou a mensuração do espaço ocupado), quando manifestamente é possível (e exige-se) ir mais além: a necessidade de considerar os mecanismos semióticos de significação e da construção do sentido (e não apenas a nível da produção/media, mas também pelo lado da receção/público).

Temos ainda as questões que envolvem uma melhor definição do espectro temporal das pesquisas, ou as diversas variáveis temporais aqui envolvidas (*frame* temporal geral, *time-lag*, o período de levantamento da agenda dos media e da agenda do público, o período ótimo do efeito de agendamento); problemas que ainda hoje, de um modo geral, se colo-

cam sob a promessa de uma análise dos efeitos dos media a longo prazo, na medida em que até ao momento tal propósito não foi possível de ser concretizado – constrangimentos práticos de várias ordens fizeram com que as pesquisas se mantivessem em horizontes temporais mais ou menos de curto prazo, de um modo afinal não muito diferente do que tinha acontecido com as investigações anteriores.

Muitos outros exemplos ainda poderiam ser referidos relativamente a questões metodológicas que permanecem em aberto – introduzidas pelas pesquisas de *agenda-setting* de primeiro nível, mas que mantêm plena actualidade nas pesquisas de segundo nível; sobre o processo de definição da agenda dos media e da agenda do público, sobre o modo de identificação dos temas (*issues*) nas referidas agendas, ou sobre a concepção do próprio efeito de agenda (para uma análise mais detalhada destas questões, cf. Esteves, 2011: 389-409). Este último aspeto é, talvez, o de maior relevo, na medida em que as questões metodológicas que arrasta ganham uma imediata dimensão teórica em termos de *agenda-setting*. Não se discute a necessidade de os procedimentos metodológicos de pesquisa serem calibrados às diferentes concepções de agendamento em presença, pois não é a mesma coisa falar de efeitos cognitivos relacionados com o mero reconhecimento de temas (do público em relação à agenda dos media), ou com um reconhecimento que supõe já a proeminência (*salience*) relativa dos temas, ou ainda quando, além destas formas de reconhecimento, se equacionam também os conteúdos específicos relacionados com os temas (*attributes*). Durante algum tempo, erradamente, prevaleceu a tentação de discutir este problema segundo um prisma estritamente metodológico – como se a solução para os impasses (diferentes níveis cognitivos implicados) estivesse numa mera escolha de “alternativas” de pesquisa; mas hoje esta discussão é já travada de um ponto de vista propriamente teórico, pondo em equação o próprio âmbito conceptual da noção de *agenda-setting*: esta não deve ser limitada arbitrariamente em nome de uma qualquer “razão prática” de carácter metodológico, mas antes deve ser elaborada teoricamente de uma forma complexa, de modo a poder incluir no seu âmbito diferentes planos de incidências cognitivas – e dos quais, além disso, os próprios comportamentos não devem ser excluídos à partida.

Atingido este ponto, podemos admitir na verdade que os estudos de *agenda-setting* começam a pôr em questão a identidade da própria teoria que os constituiu. Por exemplo, quanto à distinção que nesta mesma se encontrava pressuposta (ou explicitamente afirmada) – e seu aspeto central – de cognições e comportamentos. Quando, cada vez mais, as atitudes e as questões comportamentais associadas aos media voltam a merecer a atenção dos investigadores, será ainda de *agenda-setting* que falamos?

Por vezes, a relação com a teoria original parece, de facto, pouco mais já do que uma mera alusão:

“[o segundo nível do agendamento] é o lance que permite passar a mapear as consequências do papel do *agenda-setting* dos media a nível das atitudes, opiniões e comportamentos” (McCombs, 2004: xii).

“influenciar o foco da opinião pública é um papel poderoso dos media, mas, indiscutivelmente, o apogeu dos efeitos dos media é influenciar a agenda de atributos, opiniões e atitudes, enquanto comportamentos observáveis, no que se refere a temas e figuras políticas” (McCombs e Valenzuela, 2007: 49).

Ou ainda de uma forma mais explícita, e de novo nas palavras do próprio fundador (embora aqui por interposta fonte):

“Apesar de já não se acreditar no grande poder dos media sobre as atitudes e as opiniões, afirmado nos anos 40 e 50 e que entrou em desuso após Klapper, é uma ironia que o (...) segundo nível de *agenda-setting* nos leve a considerar, de novo, a influência dos meios sobre as atitudes e as opiniões. [...] E assim,] os meios de comunicação não podem dizer-nos apenas sobre o que pensar, mas também nos podem dizer como pensar e, talvez, também, possam dizer-nos o que fazer” (McCombs, 1998, apud Díaz, 2004: 70).

De forma talvez ainda mais radical, a identidade da teoria parece posta em questão a partir do momento em que as pesquisas de *agenda-setting* operam como que uma inversão das suas próprias preocupações no que respeita aos efeitos relacionados com os media; ou explicando melhor, quando se passa a equacionar, de forma prioritária, efeitos já não dos media sobre a sociedade, mas antes determinados efeitos sociais sobre os media:

Livros LabCom

“Durante os anos 70, a questão habitual na pesquisa de *agenda-setting* era ‘quem constrói a agenda pública?’. Nos anos 80, a nova questão passou a ser ‘quem constrói a agenda dos media?’. O padrão de cobertura noticiosa que define os resultados da agenda dos media é uma consequência de trocas com fontes que fornecem informações para histórias noticiosas, de interações quotidianas entre as próprias organizações noticiosas, das normas e de tradições jornalísticas (...). De forma proeminente entre as fontes externas da agenda dos media encontram-se as entidades públicas. A exploração da relação entre as entidades públicas e a imprensa coincide com uma outra área de pesquisa de *agenda-setting*, a política de *agenda-setting*, o processo pelo qual os governos tomam decisões sobre que questões públicas devem ser objecto de focalização de atenção e ação. Uma outra influência chave sobre a agenda noticiosa é a vasta rede de promotores de relações públicas, tanto no setor público como no privado, os quais facultam quantidades substanciais de informação organizada, frequentemente sob a forma de press e vídeo releases noticiosos, conferências de imprensa, eventos planeados e briefings preparatórios” (McCombs e Valenzuela, 2007: 48).

Não se põe, como é óbvio, em questão a relevância sociológica destes novos problemas trazidos para a pesquisa, mas será que ainda podemos continuar a falar de uma teoria de *agenda-setting*? Ou mais exatamente, de *agenda-setting* como uma teoria dos efeitos dos media? São novos horizontes da sociologia da comunicação que a partir daqui se abrem, horizontes que não limitam já a preocupação com a comunicação nas nossas sociedades aos media, nem limitam a discussão sobre a importância social dos media aos seus efeitos.

Os estudos de *agenda-setting* são a fonte, inquestionavelmente, desta renovação, mas este seu papel parece exigir dos próprios um elevado preço: no limite, talvez seja a sua própria dissolução enquanto teoria com pretensões científicas sobre os efeitos dos media que está em causa. É difícil aceitar que este estado de coisas possa corresponder a uma “ciência normal”, como defendem Dearing e Rogers (1996: 10): as pesquisas de *agenda-setting* continuam muito dispersas, muito desarticuladas, com demasiadas indefinições (teóricas e metodológicas) para que a elas nos possamos referir em termos de um “paradigma científico”, ou para que à totalidade do seu aparato reconheçamos a forma de algum “colé-

gio invisível”. Mas se nada nos diz que em algum momento os estudos de *agenda-setting* chegarão a atingir essa fase de maturidade (de acordo com o modelo de evolução dos paradigmas científicos de Thomas Kuhn), também é verdade que, 40 anos volvidos após o surgimento do texto seminal desta teoria, não são por enquanto visíveis quaisquer sinais de erosão do interesse acadêmico e científico pela mesma – muito pelo contrário.

Um apontamento final sobre ética e moral

O desenvolvimento dos estudos de *agenda-setting* em diferentes direções explica em grande medida este ponto de situação paradoxal da teoria, em que esta se concentra e aprofunda, mas ao mesmo tempo como que se dispersa e dilui. Diríamos que este é o resultado do seu desenvolvimento horizontal, o qual tem proporcionado a exploração de novos territórios de aplicação das ideias sobre o *agenda-setting*; concomitantemente, porém, temos também observado um desenvolvimento vertical da teoria, com uma cada vez maior atenção a pormenores (teóricos e metodológicos) mais finos da sua própria tese fundamental. É o desenvolvimento dos estudos de continuidade da teoria segundo estes dois vetores que marca a passagem de uma simples hipótese sobre os efeitos dos media (presente no estudo inicial de Chapel Hill, de 1972) a uma complexa teoria, que hoje em dia se desdobra em diferentes áreas de pesquisa – para além das três que foram sendo mais sistematicamente exploradas ao longo deste trabalho (e identificadas logo na Introdução), são ainda de referir mais duas, a relacionada com os aspetos psicológicos dos processos de *agenda-setting* e aquela que trata da construção (fontes) da agenda dos media (McCombs, 2005: 547-549).

Na frieza das discussões sobre os efeitos dos media, quase sempre o papel dos profissionais – em primeiro lugar, dos jornalistas – é esquecido. Aproveitamos esta oportunidade, a propósito do poder de irradiação dos estudos de *agenda-setting*, para tentar recuperar uma conceção mais equilibrada quanto à importância social desses profissionais; como uma nota final para este trabalho, que serve também de ilustração suplementar a uma das epígrafes escolhidas para o mesmo: a relacionada com o

papel social dos jornalistas e as importantes responsabilidades sociais que lhes estão cometidas. A extensão teórica que neste caso os estudos de *agenda-setting* possibilitam remete para questões éticas e morais da comunicação, mais em especial da comunicação dos media.

A construção da agenda dos media não pode deixar de ser vista como um problema ético e moral, sobretudo se tivermos em mente as consequências sociais dessa mesma construção em termos de efeitos dos media que são apontadas pela teoria de *agenda-setting*. E trata-se de um problema ético porque a construção dessa agenda não é uma operação aleatória nem um ato arbitrário no que respeita às suas consequências, como as palavras avisadas de Harold Lasswell sobre as funções sociais da comunicação (e dos media) já nos recordavam (1948: 52): a vigilância sobre o meio ambiente (1) e a correlação dos membros da sociedade na resposta ao meio (que em linguagem hoje mais reconhecível se expressaria, simplesmente, pela ideia de construção de um certo consenso na sociedade, cuja forma mais comum será a de uma opinião pública) (2), eis duas funções que tangem imediatamente o processo de *agenda-setting*, mas também quanto à transmissão da herança cultural (3), não faltam no presente estudos a explorar (e a enfatizar) o papel dos media a este nível. Algumas destas funções (ou talvez mesmo todas elas) requerem hoje para o seu cumprimento um trabalho partilhado de diversos profissionais dos media, mas a posição de destaque reservada aos jornalistas permanece inquestionável. Mas o que importa realçar, muito concretamente, é que isto significa que o trabalho de construção da agenda dos media não é inconsequente, mas antes é uma tarefa investida de um princípio de responsabilidade intrínseco, que podemos exprimir através desta interrogação: em que medida a construção da agenda dos media (ou seja, em termos gerais, a prática jornalística quotidiana) responde efetivamente às funções sociais reconhecidas a estes dispositivos comunicacionais?

Como nos recordam os estudos de *agenda-setting*, o tempo e o espaço da agenda dos media e a atenção pública são bens escassos que se torna necessário gerir cuidadosamente em qualquer normal processo de agendamento, que vai da produção de notícias à construção da opinião pública; neste sentido, podemos assim concluir que “provavelmente, ou antes sem qualquer dúvida, a questão ética fundamental, mais abrangen-

te, para os jornalistas diz respeito à sua capacidade de supervisão de tais recursos – estabelecer a agenda é uma responsabilidade extraordinária” (McCombs, 2005: 556).

A construção da agenda pelos jornalistas assume, pois, o significado de uma tomada de posição perante as funções sociais dos media acima referidas. E o sentido ético da profissão corresponde, por sua vez, a um certo modo de assumir essas ditas funções (nomeadamente no que respeita a uma avaliação em termos morais das suas previsíveis consequências sobre o conjunto da sociedade) – a um certo modo de fazer (e de comunicar) e não, por conseguinte, ao que quer que seja (a qualquer modo de fazer jornalismo ou de comunicar através de notícias). Mais exatamente, esse “modo” profissional virtuoso corresponde àquilo que com bastante frequência os próprios jornalistas identificam como a dimensão sagrada da sua atividade, a qual se encontra intimamente ligada à ideia de democracia (Broddason, 1994: 155-164); e que a própria sociedade, de forma mais abrangente e de um modo mais geral, assim também reconhece – pelo menos sempre que o juízo em questão (sobre a profissão, os profissionais e as suas práticas) não é estabelecido num sentido estritamente empiricista, mas antes incorpora (e prioritariamente) uma exigência normativa.

Para outros (ou os demais) profissionais dos media, o sentido sagrado das suas atividades não se colocará com semelhante intensidade e urgência, mas isto não significa que os mesmos se encontrem isentos de responsabilidade éticas e morais – se é que as funções sociais dos media (identificadas por Harold Lasswell) ainda valem de facto alguma coisa, e na medida em que da sua ação pode resultar também, de certo modo, algum efeito de agendamento (ou seja, também esses profissionais assumem responsabilidade pela construção de uma certa agenda pública e, nessa medida, “servem interesses vitais da espécie humana, assim como são detentores de um certo tipo de conhecimento esotérico”) (*Ibid.*: 160).

Bibliografia

BRODDASON, T. (1994). “The Sacred Side of Professional Journalism”. In *Communication Theory and Research*, Denis McQuail, Peter Golding

Livros LabCom

e Els de Bens (ed.s). London: Sage.

COHEN, B. (1963). *The Press and Foreign Policy*. Princeton: Princeton University Press

DEARING, J. e ROGERS, M. (1996). *Agenda-setting*. London: Sage.

DÍAZ, R. (2004). Teoría de la *Agenda-setting*: aplicación a la enseñanza universitária. Alicante: OBETS.

ENTMAN, R. (1993). “*Framing*: toward clarification of a fractured paradigm”, *Journal of Communication*, n.º 43 (4).

ESTEVES, J. (2011). *Sociologia da Comunicação*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

GITLIN, T. (1978). “Sociologia dos Meios de Comunicação Social”. In *Comunicação e Sociedade*, João Pissarra Esteves (org.). Lisboa: Livros Horizonte, 2009.

LANG, G. e LANG, K. (1981). “Watergate: an exploration of the agenda-building process”. In *Agenda-setting: readings on media, public opinion, and policymaking*, David Protess e Maxwell McCombs (ed.s). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates [versão resumida do texto original].

LASSWELL, H. (1948). “A Estrutura e a Função da Comunicação na Sociedade”. In *Comunicação e Sociedade*, João Pissarra Esteves (org.). Lisboa: Livros Horizonte.

LIPPMANN, W. (1922). *Public Opinion*. New York: The Macmillan Company.

McCLURE, R. e PATERSON, T. (1976). «Print vs Network News», *Journal of Communication*, n.º 26 (2).

McCOMBS, M. (1981). “Setting the Agenda for *Agenda-setting* Research. An Assessment of the Priority Ideas and Problem”. In *Mass Communication Review Yearbook*, vol.2, Cleveland G. Wilhoit e Harold de Bock (ed.). Beverly Hills: Sage.

McCOMBS, M. (1998). “The Focus of Public Attention” - comunicação apresentada na The German Association for Media Effects

Research.

McCOMBS, M. (2004). *Setting the Agenda: the mass media and public opinion*. Cambridge: Polity Press.

McCOMBS, M. (2005). “A Look at *Agenda-setting*: Past, Present and Future”, *Journalism Studies*, n.º 6 (4).

McCOMBS, M. e EVATT, D. (1995). “Los Temas y los Aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting”, *Comunicación y Sociedad*, vol. VIII-n.º1 (consultada versão online em Abril de 2012 – texto não paginado: http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art_id=169#C06).

McCOMBS, M. e SHAW, D. (1972). “The *Agenda-setting* Function of Mass Media”, *Public Opinion Quarterly*, vol. 36

McCOMBS, M. e SHAW, D. (1993). “A Evolução da Pesquisa Sobre o Agendamento: vinte e cinco anos no mercado das ideias”. In *O Poder no Jornalismo: análise de textos da teoria do agendamento*, Nelson Traquina (org.). Coimbra: Minerva.

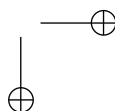
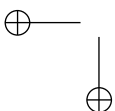
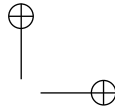
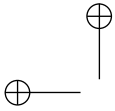
McCOMBS, M. e VALENZUELA, S. (2007). “The *Agenda-setting* Theory”, *Cuadernos de Información*, n.º 20.

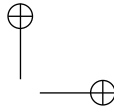
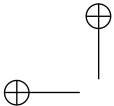
SAPERAS, E. (1987). *Los Efectos Cognitivos de la Comunicación de Masas*. Barcelona: Ariel.

SHAW, E. (1979). “*Agenda-setting* and Mass Communication Theory”, *Gazette – International Journal for Mass Communication Studies*, n.º 25 (2).

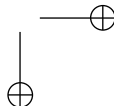
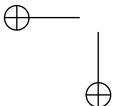
TRAQUINA, N. (2000). “A Redescoberta do Poder do Jornalismo: análise da teoria do agendamento”. In *O Poder do Jornalismo*, Nelson Traquina (org.). Coimbra: Minerva.

WOLF, M. (1985). *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença.





CAPÍTULO 6



Eleições e comunicação política nas democracias ocidentais

Isabel Ferin Cunha¹ e Rita Figueiras²

Os media são considerados o Quarto Poder nas sociedades Ocidentais, após o Poder Legislativo, o Executivo e o Judicial (Graeber, 1995). Aos media é atribuído o poder de influenciar as decisões de eleitores, ajudar ou prejudicar os candidatos e influir na opinião pública em momentos decisivos. Como refere McNair (1999), os conteúdos políticos selecionados, o destaque que lhes é atribuído, bem como a forma de tratamento dado às notícias, favorecem ou prejudicam os desígnios políticos de um candidato ou partido. Os mesmos procedimentos influenciam também a percepção e compreensão dos públicos, provocando reações de apoio ou estimulando a rejeição a determinadas propostas ou atividades políticas.

Os partidos e os políticos sabem que não podem prescindir dos meios de comunicação para chegarem aos seus eleitores e nessa perspetiva apostam em estratégias de comunicação política que resulta da interação entre atores políticos (por exemplo, entre políticos, no âmbito dos partidos e dos governos) e entre estes e os media, principalmente jornalistas e comentadores políticos (McNair, 1999).

A comunicação política tem como objectivo final fazer com que as mensagens dos políticos e governos cheguem aos cidadãos. No entanto,

¹ Universidade de Coimbra/CIMJ.

² Universidade Católica Portuguesa/CECC/CIMJ.

os políticos e os governos preparam, ou formatam, preferencialmente as mensagens para os meios de comunicação. Mesmo quando os locais de contacto com os cidadãos são os comícios, as visitas a locais públicos, as estratégias de comunicação visam, em primeiro lugar, os media. Os cidadãos, que são o alvo da comunicação pública, parecem surgir como o elo mais frágil da comunicação política, na medida que apenas se expressam esporadicamente nos media (por exemplo, por meio de comentários, programas de auditórios, cartas ou nas redes sociais) ou quando exercem o direito de voto.

Por tudo o que foi exposto, Swanson (1995) considera que a democracia está cada vez mais centrada nos Media, principalmente na televisão, mudança que é decorrente das alterações económicas, sociais, tecnológicas e políticas que se deram no Ocidente a partir dos anos cinquenta. Para este autor a queda do Muro de Berlim, em 1989, apressou o fim dos partidos fundados em ideologias políticas e estruturados nas diferentes expectativas de classes sociais. A partir deste momento os partidos políticos tornaram-se essencialmente eleitorais e obrigados a assumir programas que se adaptam a cada eleição, procurando conquistar estratos diversificados da população. Neste contexto ganha grande relevância a escolha do candidato que potencialmente reúna qualidades para agradar aos eleitores (percebidos como públicos ou audiências).

No entanto, nas últimas décadas as democracias ocidentais viram diminuir a participação dos votantes nas eleições e assistiram, também, ao crescimento das dificuldades dos partidos em funcionar como agentes representativos e catalisadores dos eleitores. Nesta crise da democracia representativa os partidos são, frequentemente, acusados de serem instituições arcaicas e desatualizadas dedicadas à defesa dos seus interesses particulares. Por um lado, os cidadãos suspeitam que o exercício da democracia obedeça principalmente a exigências de grupos de interesses organizados que utilizam os media para manterem determinados privilégios. Por outro lado, a globalização económica obrigou muitos estados a ceder parte da sua soberania a instituições supranacionais, quer políticas (no caso da Comunidade Europeia) quer económicas (por exemplo a instituições como o Banco Central Europeu, o FMI ou o Banco Mundial), o que restringiu de forma notória a capacidade de resposta dos

partidos políticos às expectativas eleitorais.

Os media, principalmente a televisão, tornaram-se para muitos cidadãos as únicas fontes de informação sobre os governos, os partidos e os políticos. E aos olhos dos cidadãos, os media converteram-se também, como mostram as sondagens europeias realizadas periodicamente, em instituições mais credíveis do que as políticas.

Estudos sobre as eleições

Nos últimos 50 anos as campanhas eleitorais têm mudado muito, mas a partir dos anos de 1990 a inovação tem sido cada vez mais célere, fruto do processo de globalização e modernização, do jornalismo crítico, do desenvolvimento tecnológico dos media, nomeadamente a *web 2.0*, e da elevada concorrência entre os partidos políticos que apostam continuamente em novas estratégias de marketing.

O marketing político é um fenómeno de origem americana, cujo desenvolvimento tem acompanhado a evolução dos media e o das tecnologias da comunicação. A sua génese explica-se pelas características do sistema político norte-americano (onde o acesso à maioria dos cargos públicos ocorre por eleição); pela legislação eleitoral pouco restritiva (possibilitando a compra de espaços publicitários na televisão) e pelo facto dos partidos políticos norte-americanos nunca terem tido uma componente ideológica tão forte quanto os europeus e o eleitorado ser também mais pragmático, orientado para questões conjunturais e voláteis o que permite a potenciação das estratégias de marketing político (Norris, 2000; McNair, 1999). Os Estados Unidos foram também a primeira democracia ocidental a desenvolver uma sociedade de consumo em que os meios de comunicação de massa, bem como as estratégias de propaganda, publicidade e marketing tiveram grande importância económica.

Neste país, a relevância atribuída às estratégias de publicidade e marketing e os seus efeitos nos públicos criaram condições para o desenvolvimento de áreas disciplinares como a Sociologia da Comunicação e a *Communication Research* (Pesquisa em Comunicação) que foram apoiadas por instituições públicas e privadas. Os estudos empíricos sobre as eleições inserem-se nestas pesquisas e, independentemente dos paradigmas e das

escolas, objectivaram analisar o impacto dos media na democracia americana, nomeadamente as formas como foram agendadas as temáticas (por exemplo, McCombs e Shaw, 1972; Weaver e all., 1981), construídas as imagens dos candidatos (por exemplo, Jamieson, 1993) e como estes procedimentos incidiram na qualidade da democracia e na formação da opinião pública (por exemplo, Graber, McQuail, e Norris, 1988, Brody, 1991).

Na Europa, a pesquisa empírica adquire maior expressão a partir da década de 1980, quando se iniciam mudanças nos sistemas nacionais e internacionais de comunicação provocadas, quer pelo desenvolvimento de novas tecnologias, quer pelas exigências de políticas de liberalização dos mercados. Esta nova realidade europeia incentivou um novo tipo de investigação sobre a comunicação política refletindo os três grandes contextos de alteração: o contexto político, o contexto mediático e o contexto social (Blumler e Gurevitch, 1982; 1995; 2000). Desde então, e tendo como foco a democracia centrada nos media, surgem em diversos países europeus estudos empíricos sobre esta nova realidade (Ferguson, 1990; Franklin, 1994), bem como estudos comparados com os Estados Unidos da América (Semetko *et al.*, 1992; Blumer e Gurevitch, 1995) discutindo a chamada *americanização* da política e a contaminação da comunicação política pelas lógicas do mercado e da publicidade.

Outros trabalhos de investigação tiveram como objetivo a análise de mandatos e a construção da imagem pública dos governantes, principalmente no interior do sistema político e mediático norte-americano. Entre estes estudos salientamos os realizados por Edelman (1988), Brody (1991), Graber e Weaver (1996), sobre a construção e evolução da imagem dos líderes políticos nos Media noticiosos. Edelman (1998) afirma que a avaliação de um líder político não decorre do desempenho efetivamente demonstrado, mas sim da volatilidade da opinião pública dependente dos interesses organizados e do espetáculo dos media, sobretudo da televisão. Dentro deste contexto, onde o exercício da democracia está cada vez mais dependente dos dispositivos mediáticos, o líder político surge rodeado de uma dramatologia cada vez mais forte mas, simultaneamente, cada vez mais banal nos seus padrões de execução. Esta dramatologia tende a concentrar-se na descrição do carácter, na persona-

lidade, temperamento, traços pessoais, exigindo uma liderança persuasiva e flexível, com a qual o cidadão ora se identifica ora se distancia. O estudo de Brody (1991) que incide sobre a popularidade dos presidentes americanos, de Eisenhower (Janeiro de 1953) a Bush (Agosto de 1989), correlaciona os factores de política interna e externa com os indicadores de cobertura presentes na imprensa e na televisão, avançando que nem sempre os sucessos na política interna e externa resultam numa boa imagem pública, e que nem sempre os insucessos internos e externos forjam uma má imprensa e um decréscimo de popularidade. Segundo este autor, para estes fenómenos contribuem muito mais as expectativas depositadas nos presidentes empossados, as alternativas políticas existentes e factores de ordem emocional, como escândalos ou eventos singulares. Por outro lado, a prestação de um presidente decorre dentro de uma *espiral de declínio* inevitável, onde após um estado de graça, que oscila entre três a seis meses, os media noticiosos, os analistas políticos e a opinião pública tendem a cobrar o cumprimento das promessas assumidas. O autor identifica também nos segundos mandatos um período de *estado de graça*, normalmente mais curto que os vigentes nos primeiros mandatos. Este facto acontece dado que, mesmo com votações maioritárias, há um certo conformismo político e as relações entre os governantes e os Media noticiosos, analistas políticos e opinião pública, retomam, rapidamente, a postura crítica do final do anterior mandato.

A investigação de Graber e Weaver (1996) realizada em jornais, revistas e biografias, incidiu sobre os traços mais apreciados nos presidentes americanos em exercício. Com base em dois períodos, Era Pré-televisão (Roosevelt, 1901-9 a Eisenhower, 1953-61) e Era Televisão (Kennedy, 1961-63 a Bush, 1989-93), os pesquisadores elegeram 10 categorias pre-valetentes: Antecedentes, Intelecto, Motivação, Personalidade, Relacionamentos, Estilo de Comunicação, Competências de Liderança, Estilo Político, Estilo de Decisão e Competências de Gestão. Contudo, e segundo os mesmos autores, a hierarquização dos traços mais apreciados, não é igual nos dois períodos assinalados, verificando-se na Era Pré-televisão valores sensivelmente iguais para todas as categorias e na Era Televisão, uma prevalência das categorias Personalidade, Antecedentes e Estilo Político. Para os autores, estes resultados apontam para a centralidade da

televisão na democracia e demonstram a sua influência nas coberturas realizadas pela imprensa e na construção da imagem dos líderes políticos.

Convém ainda reportar dois outros estudos sobre a realidade europeia. Um sobre o declínio da imagem da elite política alemã (Kepplinger, 2000), com base na cobertura da imprensa, e um outro sobre tendências de cobertura de eleições no mesmo país (Wilke e Reinemann, 2001). Kepplinger analisa, dos anos 1960 aos anos 1990, a cobertura que os jornais alemães fazem dos políticos constatando uma ênfase crescente no conflito e nas perspectivas negativas. Este fenómeno é, segundo os autores, identificável nas estratégias de comunicação da elite política que privilegia as afirmações negativas sobre os seus pares, pressupondo obter com estes comportamentos melhor e maior acesso aos media noticiosos e consequentemente maior publicidade no espaço público. No segundo artigo, de autoria de Wilke e Reineman, discute-se a evolução das coberturas das eleições na Alemanha tendo como parâmetro as características atribuídas às campanhas eleitorais nos Estados Unidos. A análise focalizou preferencialmente a proeminência, personalização, tom e interpretação jornalística das campanhas, principalmente no que toca à figura do candidato a chanceler. Os resultados não são conclusivos no sentido de fundamentar as afirmações de um progressivo desinteresse pelas campanhas, maior negativismo, personalização e interpretação das notícias.

As crescentes semelhanças verificadas nas campanhas eleitorais nos mais variados países foi inicialmente interpretada como sinal de *americanização* da política (Elebash, 1984), mas reflexões subsequentes concluíram que as parecenças decorriam antes do processo de globalização e modernização, que se traduziam em transformações políticas e mediáticas semelhantes em muitas sociedades pós-industriais (Giddens, 1990; Negrine e Papathanassopoulos, 1996). Pesquisas mais recentes têm salientado que essas influências são condicionadas por especificidades, como o sistema eleitoral, as estruturas de competição partidária, a cultura política e o tipo de sistema mediático de cada país (Swanson e Mancini, 1996: 17-20; Norris, 2000: 151-159; Pfesch, 2004: 344-346). Isto não significa que não se verifiquem influências norte-americanas (Negrine e Papathanassopoulos, 1996; Swanson e Mancini, 1996; Nor-

ris, 2000; Salgado, 2004), mas que a *americanização*, modernização e “glocalização” são tendências que coabitam de variadas formas e intensidades, revelando a complexidade das redes de influência num mundo globalizado e de elevada interdependência.

As campanhas eleitorais

As mudanças identificadas nos partidos, nos media e no eleitorado têm conduzido a um conjunto de alterações nas campanhas eleitorais das democracias ocidentais. As variações na relação entre estas dimensões estruturam a evolução histórica das campanhas eleitorais que Pippa Norris (2000) dividiu em três fases: pré-modernas, modernas e pós-modernas.

Entre meados do século XIX e a primeira metade do século XX vigorou a fase da campanha pré-moderna, contemporânea dos primeiros desenvolvimentos do sistema eleitoral, parlamentos e organizações partidárias. Nesta fase o eleitorado encontrava-se ancorado em lealdades partidárias fortes e inserido em organizações partidárias ou sociais próximas desses partidos, como sindicatos ou associações (Norris, 2000: 137). As campanhas estruturavam-se em formas diretas de comunicação entre candidatos e cidadãos, eram de curta duração, preparadas no e para o momento pela liderança partidária e a imprensa partidária era o principal meio de divulgação usado pelos partidos.

A partir dos anos 1950-1960 os partidos políticos transmutaram-se de instituições agregadoras de massas para novas formas de representação mais diversificadas, pluralistas, com uma base ideológica mais fraca e centrada nos líderes, dando origem aos “partidos eleitoralistas” (Panebianco, 1988). Esta fase corresponde também ao afastamento do eleitorado da vida política, da militância e mobilização partidária (Esser e Pfetsch, 2004). Assistiu-se assim à passagem de um modelo de campanha com um cariz amador, dirigido pelos políticos e assente no trabalho voluntário dos militantes, para um modelo onde se verifica a centralização das atividades, uma forte especialização das tarefas, um crescente uso de profissionais da comunicação e de sondagens e uma aposta na televisão.

Estas mudanças deram origem às campanhas modernas (Swanson e Mancini, 1996; Norris, 2000; Negrine e Lilleker, 2002) nos Estados Uni-

dos com recurso a estratégias de marketing político fundamentado em marketing comercial, o que explica que entre 1952 e 1968, as campanhas políticas tenham sido geridas por agências de publicidade. A campanha eleitoral de 1952, que opôs Eisenhower a Stevenson, marca o início desta segunda fase das campanhas porque, pela primeira vez, ambos os partidos canalizam a maioria das suas verbas para a construção de *spots*, a compra de espaços comerciais na televisão e para a realização de sondagens para decidir os temas de campanhas, articulando tudo num plano de marketing (Maarek, 1997; Salgado, 2004). A campanha de Eisenhower foi a primeira a contratar uma empresa de publicidade para conceber *spots* televisivos, institucionalizando algumas das suas principais características: curta duração; importância da imagem; uso de mitos e símbolos. Nas eleições de 1956 são feitos os primeiros anúncios negativos e nas de 1960, entre Kennedy e Nixon, são instituídos os “debates decisivos” na televisão (Maarek, 1997; McNair, 1999).

Esta fase do marketing político foi profundamente marcada pelo marketing comercial. Ambos tinham o mesmo objetivo, tentar persuadir o público que a sua oferta representava a melhor resposta para alcançar determinado objetivo. Mas logo de imediato o marketing político começou a distanciar-se do comercial em consequência da sua complexidade, nomeadamente por estar sujeito a escrutínio jornalístico e se fundamentar na compreensão da natureza política, económica e social dos contextos envolventes.

A partir dos anos 1990, o agudizar das características referidas deu lugar às campanhas pós-modernas. Estas acentuam a *personalização* da política, com os candidatos a ganharem importância em detrimento dos partidos; a *cientifização* das campanhas, onde os especialistas em comunicação assumiram decisões anteriormente reservadas aos partidos; o *direcionamento das campanhas* para os media, por meio de estratégias construídas e conduzidas em função da lógica mediática e o *contacto indirecto* entre partidos e cidadãos. Estas alterações implicaram o aumento de custos das campanhas e gastos com a contratação de especialistas (Swanson e Mancini, 1996; Norris, 2000; Bennett e Entman, 2001; Figueiras, 2006).

Paralelamente, nesta terceira era de comunicação política o público

conquistou uma maior autonomia em relação aos media, devido à proliferação de novos meios de comunicação à margem dos *mainstream* e das possibilidades oferecidas pela internet, em particular, redes sociais como o Facebook e o Twitter. Por um lado, os processos de mudança social têm conduzido a uma comunicação eleitoral centrada na televisão - aumentando a distância entre representantes e representados - mas, por outro lado, a multiplicação dos meios e a fragmentação dos interesses sociais e identidades têm promovido, também, um movimento inverso. Por exemplo, as fortes redes de comunicação digital abriram espaços de discussão, promotores de novas interatividades, que a televisão excluiu (Swanson e Mancini, 1996; Giddens, 1990; Howard, 2006). Verifica-se assim que o processo de transformação das campanhas eleitorais não é linear (Norris, 2000), dado que há um retorno a algumas características dominantes na fase das campanhas pré-modernas, nomeadamente a emergência de novas formas de comunicação interativa e direta entre eleitores e votantes. Todavia, estudos recentes sobre as eleições britânicas, ocorridas em 2010, revelam que a televisão foi o meio dominante na campanha, matizando geoculturalmente a digitalização da comunicação política (Gibson, Williamson e Ward, 2010; Wring, Mortimore, Atkinson, 2011).

A mediatização da política

No Ocidente as alterações das práticas democráticas políticas devem-se, em grande parte, ao desenvolvimento das novas tecnologias da informação e da comunicação. Se a imprensa foi considerada desde o século XIX um dos meios mais importantes e credíveis de promover a responsabilidade civil e a democracia de ideias na Europa e nos Estados Unidos, o papel da televisão já não reúne semelhante consenso.

Como afirma Grabe (2009: 45), a televisão é, entre todos os meios, o mais igualitário mas também o mais criticado por ser acusado de promover uma *ideot culture* e apelar à emoção em detrimento da razão. Estudos empíricos demonstram que as notícias políticas na televisão contribuem para a banalização do discurso público e para a erosão da responsabilidade eleitoral (Schudson, 1998: 20).

Simultaneamente as televisões e os jornalistas tornaram-se demasiado agressivos, intervindo e opinando nas notícias, bem como controlando muitos dos acontecimentos políticos. Estes aspectos são observáveis na diminuição dos tempos de antena concedidos aos candidatos políticos e à forma como são editadas as notícias, onde há uma tendência a colocar a voz dos repórteres sobre as frases dos candidatos, resumindo as suas intervenções a *sound bites* cada vez mais curtos. Como refere Hallin (1992: 9-10), nos Estados Unidos a alteração do estilo de reportagem jornalística deu-se entre 1960-1988, quando as reportagens passaram a centrar-se não no que os candidatos disseram nas campanhas (matéria-prima), mas no que os jornalistas dizem sobre as campanhas (uma nova narrativa construída pelos jornalistas). Estas mudanças jornalísticas agressivas com o objectivo de manter as audiências devem ser enquadradas na era Regan-Bush, e estão relacionadas com as pressões económicas advindas da implementação da televisão por cabo e da crescente necessidade das empresas mostrarem lucros.

A diminuição do tempo de intervenção (*sound bites*) gerou a convicção, entre os políticos e as elites, de que há um progressivo desvirtuamento da qualidade política e da capacidade dos políticos chegarem aos eleitores. A resposta apresentada foi o desenvolvimento do marketing político e, simultaneamente, de estratégias de persuasão política mais agressivas face ao eleitorado e aos meios de comunicação. Por outro lado, uma vez que o *sound bite*, a mensagem do candidato, é truncado, encurtado e enquadrado pelo jornalista, a imagem do candidato (*image bites*), que surge mais demoradamente nas notícias, adquire grande relevância (Grabe, 2009: 54).

Esta estratégia está interligada com o *infotainment*, informação veiculada nos meios de comunicação em forma de entretenimento. Segundo Kress e van Leeuwen (1999) e Norris (2000), as primeiras páginas da imprensa, incluindo as dos jornais de referência, são as que mais refletem as contaminações operadas pela cultura imagética da televisão. As primeiras páginas articulam dispositivos visuais, como a diagramação, a disposição dos textos em blocos, as chamadas, os títulos e as fotografias, que ultrapassam o sentido do texto escrito. Estas observações sublinham a tendência dos media noticiosos para privilegiar o *infotainment* na co-

municação política, isto é, as notícias leves em contraste com as notícias sérias (Patterson, 2003), o conflito em detrimento do consenso (Cape-lla e Jamieson, 1997), a personalização ao invés das ideias (Blumler e Gurevitch, 1995, Jamieson, 1992), acentuando os aspectos de cinismo e negativismo na cobertura política (Patterson, 1994). Contudo, e como observa Brants (1998), as análises de conteúdo disponíveis apresentam um quadro ambíguo e contraditório do crescimento de notícias de tipo *infotainment* (Brants, 1998), sendo que as primeiras páginas apelativas não correspondem, necessariamente, a conteúdos menos aprofundados.

Neste contexto, com o objectivo de chegar aos eleitores e contornar os constrangimentos identificados nos media, principalmente na televisão, os partidos tendem a escolher os candidatos com maior potencialidade mediática, utilizando o marketing político e um processo de personalização política. Este processo é, não só uma resposta às dificuldades que os partidos políticos encontram em funcionar como agentes representativos dos eleitores, mas também um processo “económico” para catalisar as atenções dos eleitores para um candidato construído mediaticamente à maneira das celebridades. A construção da imagem faz-se a partir das expectativas dos eleitores e das potencialidades dos candidatos, desenhando-se o perfil mais conveniente para o partido e para o próprio. Nesta imagem pública estão sempre incluídos os atributos de confiança, autoridade e segurança, no entanto, a credibilidade do candidato depende também daquilo que da vida privada se torna público, como a aparência física e moral, a proficiência discursiva (falar bem, ter a palavra certa no tempo certo), imagética (ter uma aparência serena, vestir-se adequadamente), bem como garantir bons índices nas sondagens políticas.

Um dos reversos da medalha da personalização tem sido o escândalo político, económico e sexual. Embora possa ser entendido como um prenúncio de vitalidade das democracias, na medida em que responsabiliza e pune os agentes políticos, tornou-se também uma das grandes debilidades da democracia ocidental. A denúncia de escândalos nos media e o facto de não serem judicialmente provados, tende a fomentar a descredibilidade na política, nos políticos e nas instituições democráticas. Por outro lado, o escândalo político é igualmente uma das grandes armas da luta política, pois num sistema extremamente personalizado, a imagem do po-

lítico constitui um património imprescindível para aceder ou manter-se em cargos políticos com legitimidade. A denúncia de escândalo é uma das formas mais comuns de neutralizar candidatos opositores e promover “ajustes de contas” no espaço público. Acresce que estas estratégias alimentam a indústria mediática incentivando a produção e consumo de notícias e conferindo aos media maior poder e visibilidade.

As eleições políticas envolvem assim processos complexos de gestão de informação e de comunicação, assim como capacidades e competências específicas de gestão de recursos humanos e tecnológicos. O objetivo estratégico é a administração de impressões nos media *mainstream*, principalmente na televisão, onde os políticos se encontram mais tempo expostos e são obrigados a assumir um perfil. Por outro lado, aos assessores e relações públicas, os homens dos bastidores, cabe a monitorização e o ajustamento da imagem do candidato com a ajuda das periódicas sondagens. No entanto, este trabalho político e de persuasão deve ser essencialmente invisível aos cidadãos, cabendo aos jornalistas a denuncia dos acordos e das estratégias, através da utilização de focos jornalísticos como a apresentação da política como um jogo competitivo, uma corrida de opositores, ou um passeio de compadres (Jamieson, 2009).

Um outro aspecto crescentemente importante nas eleições ocidentais nas últimas décadas é a cíclica referência à crise da democracia e ao papel dos media na sua definição. O conceito de crise assenta na ideia de ruptura no funcionamento de um sistema, caracterizando-se pela sua imprevisibilidade, delimitação no espaço e incidência no funcionamento do próprio sistema. Para Pasquino (2004), as crises dos sistemas políticos afectam simultaneamente os mecanismos e os dispositivos jurídicos e constitucionais do regime e as relações económicas e sociais. As crises governamentais tendem a ter a sua origem quer em factores internos ao contexto governamental, quer às interações da estrutura governamental com a sociedade (Pasquino, 2004: 303-4). Raboy e Dagenais (1992: 2-5) consideram que os media têm um papel determinante nas situações de crise política na medida em que podem colocar em causa o sistema político e, simultaneamente, obter vantagens económicas no desenrolar da mesma crise, por exemplo aumentando as vendas de jornais, as audiências de jornais televisivos, etc. Na sequência deste raciocínio, os media

são tentados a insuflar as crises, bem como a dar maior visibilidade às crises fabricadas do que às genuínas, promovendo o poder dos atores sociais que as suscitam. Subjacente a esta afirmação está a constatação de Keane (1992: 20-21) de que as democracias ocidentais criaram um sistema de relações perigosas entre a classe política, as empresas, os profissionais dos media e os jornalistas, abrindo espaço a situações menos claras e a decisões corporativas. Por outro lado, e em simultâneo, os sistemas políticos democráticos, em situação de crise, tendem a assumir medidas de segurança que passam pela imposição de restrições à atuação dos media e também pelo controlo das fontes e das agendas noticiosas.

Considerações finais

Ao longo desta exposição pretendeu-se mostrar como as eleições e as campanhas políticas são um dos elementos centrais da Democracia no Ocidente. No século XX e no início do XXI, os media tradicionais (imprensa, rádio e televisão) e os digitais (internet e telemóveis) constituem os maiores veículos de informação e os locais privilegiados para a gestão dos discursos e da persuasão política. Os media tornaram-se também atores políticos e palco de jogos políticos, onde circulam, pelo menos numa perspectiva formal, os representantes de todos os cidadãos, assim como as opiniões dos eleitores. Dentro deste novo quadro surgiram ainda novas formas públicas, mais agressivas e informais, de expressar opiniões durante as campanhas eleitorais que devem ser entendidas como um confronto positivo, sinal de vitalidade e qualidade da Democracia.

Convém ainda referir que nos próximos anos é previsível que os media digitais, nomeadamente a internet e o telemóvel, adquiram maior intervenção nas eleições e nas campanhas políticas. Estes meios tendem a assumir uma relevância crescente nas formas de comunicação política entre os candidatos, os políticos e os cidadãos, como indicou a campanha de Barack Obama em 2008, que permitiu difundir informação e recolher fundos para a campanha junto de grupos de cidadãos eleitores que nunca tinham participado em eleições (Jamieson, 2009). Simultaneamente, as redes sociais criaram a possibilidade dos cidadãos interessados se tornarem *semi-insiders* no processo político (Louw, 2005).

Estes são cidadãos politizados que conhecem os papéis desempenhados pelas elites políticas, estão conscientes dos assuntos políticos em agenda, mas têm estado marginalizados da atividade política como atores. A utilização da internet (blogs, páginas pessoais, redes sociais) tem-lhes permitido ultrapassar o sentimento de exclusão dos espaços de reflexão e decisão e, nesta medida, tem estimulado estes cidadãos a ultrapassar as dificuldades de acesso aos grandes media.

É visível, também, que os métodos e práticas do marketing político americano se alargaram a todos os países ocidentais. Primeiro foi a contratação de assessores americanos para campanhas em outros países, por exemplo na Inglaterra e França, depois os cursos e programas de estratégia política ministrados pelos americanos, a bibliografia americana e a divulgação das estratégias das campanhas pela generalidade dos media.

A personalização da política, mesmo em sistemas políticos em que há grande partilha de poder entre os diversos órgãos governativos, tornou-se uma constante. Os políticos mantêm mesmo após as campanhas eleitorais, um enorme e complexo staff que os assessora na gestão da imagem pública. Criar eventos para os media e antecipar as suas agendas tornou-se o grande objectivo e a única forma detectada pelos candidatos, políticos e governantes de chegarem aos eleitores e cidadãos.

Estudar a comunicação política e as campanhas eleitorais implica assim equacionar as relações simbióticas entre o sistema político, os media e a indústria dos spin doctors e os cidadãos excluídos e auto-incluídos através das redes sociais; bem como as formas de representação política formal e informalmente instituídas nas sociedades democráticas ocidentais.

Bibliografia

BENNETT, L. e ENTMAN, R. (2001). *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*. Cambridge: University Press.

BLANKENBURG, E. (2002). "From Political Clientelism to Outrighy Corruption — The rise of the Scandal Industry" In: Kotkin, Stephen and András Sajó (2002), *Political Corruption in transition: a sceptic's handbook*. CEU Press, Central European University Press. pp.149-165.

Livros LabCom

- BLUMLER, J. G. e GUREVITCH, M. (1982). "The political effects of mass communication" In: GUREVITCH, M., BENNETT, T., CURRAN, J. e WOOLLACOTT, J. *Culture, Society and the Media*, London: Routledge: 236-267.
- BLUMLER, J.G. e GUREVITCH, M. (1995). *The Crisis of Public Communication*. London: Routledge.
- BLUMLER, J.G. e GUREVITCH, M. (2000). "Rethinking the Study of Political Communication" In: CURRAN, J. e GUREVITCH, M. *Mass Media and Society*. London: Arnold: 155-172.
- BRANTS, K. (1998). "Who is afraid of infotainment", *European Journal of Communication*, 13 (3), London: Sage: 315-335.
- BRODY, R.A. (1991). *Assessing the President: the Media, Elite Opinion and Public Support*. Stanford: University Press.
- BRUCK, P. (1992). "Crisis as Spectacle: Tabloid News and Politics of Outrage" In: RABOY, M. e DAGENAIS, B. (1992) *Media, Crisis and Democracy*. London: Sage: 108-119.
- CAPELLA J.N. e JAMIESON, K. H. (1997). *Spiral of Cynism: The Press and the Public Good*, Oxford: University Press.
- EDELMAN, M. (1998). *Constructing the Political Spectacle*, Chicago: The University of Chicago Press.
- ELEBASH, C. (1984). "The Americanization of British Political Communication" in *Journal of Advertising*. New York: M.E. Sharpe Publisher, vol. 13 (3), pp. 50-58
- FERGUSON, M. (Ed.) (1990). *Public Communication: The New Imperatives*, London: Sage.
- FIGUEIRAS, R. (2006). "Lobbying e Marketing Político" in *Comunicação & Cultura*. Lisboa: Quimera, pp. 9-14.
- FRANKLIN, B. (1994). *Packaging Politics: Political Communication in Britain's Media Democracy*. London: Arnold.
- GIBSON, R. K., WILLIAMSON, A. e WARD, S. (2011). *The internet and the 2010 election: Putting the small 'p' back in politics?* London:

Hansard Society.

GIDDENS, A. (1990). *The Consequences of Modernity*, Cambridge: Polity Press.

GRABE, M. E. (2009). *Image bite politics. News and the visual framing of elections*. Oxford: University Press.

GRABER, D. e WEAVER, D. (1996). Presidential Performance Criteria: The Missing Element in Election Coverage, *Press Politics* 1(1), Harvard: Harvard University, 1(1): 7-32.

GRABER, D., McQUAIL, D., NORRIS, P. (1998). *The Politics of News The News of Politics*. New York: C Q. Press.

HALLIN, D. (1992). We Keep America on Top of the World. *Television Journalism and the Public Sphere*”, *Journal of Communication*, 3(4): 14-26.

HOWARD, P. (2006). *New Media Campaigns and the Managed Citizen*. Cambridge: University Press.

JAMIESON, K. H. (2009). *Electing The President, 2008: The Insiders View*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

JAMIESON, K. H. (2000). *Everything you think you know about politics and why you are wrong*. New York, Basic Books Group.

JAMIESON, K. H. (1996). *Packaging the Presidency: A history and Criticism of Presidential Campaign Advertising*, Oxford: University Press.

JAMIESON, K. (1992). *Dirty Politics: Deception, Distraction and Democracy*. Oxford: University Press.

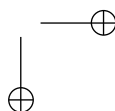
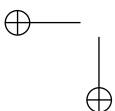
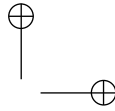
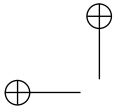
KEANE, J. (1992). The Crisis of The Sovereign State, in RABOY, M. e DAGENAIS, B., *Media, Crisis and Democracy*, London: Sage. 17-33.

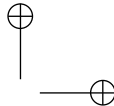
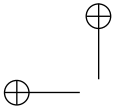
KEPPLINGER, H.M. (2000). The Declining Image of the German Politic Elite, *Press Politics*, Harvard: University Press, 5 (4): 71-88.

KRESS, G. e VAN LEEWEN, T. (1999). Front Pages: (The critical) Analysis of Newspaper Layout, in BELL, A. e GARRETT, P. (eds). *Approches to Media Discourse*. Oxford: Blackwell Publishers: 187-219.

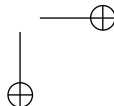
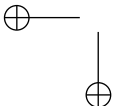
- LOUW, E. (2005). *The Media and Politics Process*, London: Sage.
- MAAREK, P. J. (1997). *Marketing Politico y Comunicación*. Barcelona: Paidós.
- MCCOMBS, M., SHAW, D. e WEAVER, D. (1997). *Communication and Democracy*. London: Lawrence Erlbaum Associates: 29-40.
- McGINNIS, J. (1969). *The Selling of The President*, New York: Trident Press.
- McNAIR, B. (1999). *Introduction to Political Communication and Society*, London: Routledge.
- NEGRINE, R. e PAPATHANASSOPOULOS, S. (1996). The “«Americanization» of Political Communication” in *Press/Politics* 1 (2), pp. 45-62.
- NEGRINE, R. e LILLEKER, D. G. (2002). “The Professionalization of Political Communication: Continuities and Change in Media Practices” in *European Journal of Communication*. London: Sage Publications, vol. 17 (3), pp. 305-323.
- NORRIS, P. (2000). *A virtuous Circle: Political Communications in Post-industrial Societies*, Cambridge: University Press.
- PANEBIANCO, A. (1988). *Political Parties: Organization and Power*. Cambridge: Cambridge University Press.
- PASQUINO, G. (2004). “Crise” In BOBBIO, N., MATTEUCI, N. e PASQUINO, G. *Dicionário de Política*. Brasília: UNB: 303-306.
- PATTERSON, T. E. (1994). *Out of Order*. New York: First Vintage.
- PATTERSON, T.E. (2003). Tendências do Jornalismo Contemporâneo: Estarão as notícias leves e o jornalismo crítico a enfraquecer a Democracia? *Media & Jornalismo*, 2, Lisboa: CIMJ: 19-47.
- PFETSCH, B. (2004). “From Political Culture to Political Communications Culture: A Theoretical Approach to Comparative Analysis” in ESSER, F. e PFETSCH, B. (Ed.), *Comparing Political Communication. Theories, Cases and Challenges*. Cambridge: Cambridge University Press.

- RABOY, M. e DAGENAIS, B. (1992). *Media, Crisis and Democracy*. London: Sage.
- SALGADO, L. M. (2002). *Marketing Político. Arte y Ciencia de la Persuasión en Democracia*. Barcelona: Paidós.
- SCHUDSON, M. (1998). *The Good Citizen: A history of American Civic Life*, New York: Free Press.
- SEMETKO *et al.* (1991). *The Formation of Campaigns Agendas*, Nova York: Lawrence Erlbaum.
- SPARKS, C. e TULLOCH, J. (2000). *Tabloid Tales*, London: Rowman & Littlefield Publishers.
- SWANSON, D. (1995). “El Campo de Comunicación Política. La Democracia Centrada en Los Media”, In: MUÑOZ-ALONSO, A. e ROSPIR, J.I. *Comunicación Política*, Madrid, Editorial Universitas: 3-24.
- SWANSON, D. e MANCINI, P. (ed.). (1996). *Politics, Media and Modern Democracy. An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequencies*. Westport: Praeger.
- WEAVER, D., GRABER, D., MCCOMBS, M. e EYAL, C.H. (1981, 1998). *Media Agenda Setting in a Presidential Election: Issues, Images and Interest*, Westport: Greenwood.
- WILKE, J.W. e REINEMANN, C. (2001). Do the Candidate Matter? Long-Term Trends of Campaign Coverage- A Study of the German Press since 1949. *European Journal of Communication*, 16 (3), London, Sage: 291-314.
- WRING, D., MORTIMORE, R. e ATKINSON, S. (2011). *Political Communication in Britain. The Leader Debates, the Campaign and the Media in the 2010 General Elections*. Hampshire: Palgrave Macmillan.





CAPÍTULO 7



Do Parlamento para os jornais: reflexos mediáticos dos debates da IVG em 20 anos de democracia portuguesa

Ana Cabrera, Teresa Mendes Flores, Carla Martins e Maria José Mata

O presente artigo centra-se no estudo de caso dos debates da IVG (Interrupção Voluntária da Gravidez) na Assembleia da República em 1984, 1997 e 1998 e nas representações na imprensa das deputadas parlamentares que protagonizaram a discussão. O texto insere-se no âmbito do Projeto “Política no feminino: políticas de género e estratégias de visibilidade das deputadas parlamentares em Portugal”, que tem como objetivo o estudo da representação das deputadas e das questões de género no Parlamento em diferentes ciclos políticos da democracia portuguesa desde 1975 a 2002¹.

A exposição far-se-á segundo três eixos: 1. A apresentação geral da investigação e a contextualização política do debate durante os diversos ciclos sobre o fim da ilicitude nos casos de IVG; 2. A análise da representatividade das deputadas durante o período em estudo, que corresponde à II, III, VII e VIII Legislaturas; 3. A representação das deputadas parlamentares na imprensa, suportada na análise fotojornalística em que se procurou detetar, a partir de uma perspetiva multimodal, os valores profissionais e não profissionais observáveis nas fotografias das deputadas e dos deputados que intervieram nos debates.

¹ Projeto financiado pela FCT e desenvolvido desde 2010 no Centro de Investigação Media e Jornalismo (CIMJ).

Apresentação e metodologia

O projeto “Política no Feminino” tem como foco a representação das deputadas e das questões de género no Parlamento em quatro ciclos políticos da democracia portuguesa desde 1975 a 2002: o PREC, entre 1974-1976; o Bloco Central, entre 1983-85; o Cavaquismo, entre 1985 e 1995; o Guterrismo, entre 1995 e 2002. Para cada um dos ciclos políticos selecionámos estudos de caso relacionados com a problemática de género, em que se incluem o debate sobre a gramática da igualdade e a universalidade dos direitos (a elaboração da Constituição), pseudo-eventos mediáticos como “Parlamento Paritário” ou medidas legislativas como a despenalização da IVG. Ou seja, trata-se de evidenciar momentos da discussão parlamentar significativos na perspetiva dos direitos das mulheres, que simultaneamente tiveram grande visibilidade nos meios de comunicação. As discussões sobre IVG são disto exemplo. Em nenhum outro dos casos selecionados para estudo é tão expressiva essa nossa opção de privilegiar as matérias onde a mulher é o objeto principal da ação legislativa, para daí verificar os modos como as deputadas se constituíram, ou não, igualmente, em sujeitos dessas medidas.

Atendendo às múltiplas dimensões que abarca, a investigação assenta numa triangulação de metodologias. Começou por se identificar e caracterizar sócio-gráfica, profissional e politicamente as deputadas que exerceram mandato entre a Assembleia Constituinte (1975-1976) e a XI Legislatura (2009-2011), sendo para o efeito criada uma base de dados². Os resultados desta codificação exaustiva permitiram não apenas traçar o perfil das deputadas, como detalhar a sua representatividade efetiva enquanto titulares de mandato na Assembleia da República, um trabalho inédito que envolveu o cruzamento de diversas fontes de informação, como à frente se explica.

Por outro lado, procedeu-se à análise de imprensa de índole quantitativa e qualitativa que nos permitiu conhecer a representação das deputadas parlamentares nos diversos jornais selecionados para cada ciclo político³. As peças jornalísticas foram selecionadas tendo como referen-

² A base de dados foi criada no programa estatístico SPSS.

³ Os jornais foram escolhidos em função da relevância à época e da diversidade de linhas e posicionamentos editoriais. Assim, foram selecionados os diários *Diário de*

cial cada um dos estudos de caso identificados. A informação destas peças foi, numa primeira fase, objeto de uma leitura centrada em diversas variáveis relacionadas com a análise de conteúdo do texto e da imagem. O que correspondeu, de facto, a duas bases de dados: uma centrada na imagem e outra centrada no texto jornalístico.

A análise integrada do texto e da imagem jornalísticos cujos resultados se apresentam neste capítulo, visou responder a um conjunto de questões: será que, no espaço político parlamentar, a despenalização do aborto foi uma questão protagonizada pelas deputadas portuguesas? Como se caracterizou a sua participação no espaço político do Parlamento? E no espaço mediático? Qual o protagonismo e quais os modos de representação das deputadas e das suas ações na imprensa?

O que mudou nos anos 70 na situação da mulher

A Revolução do 25 de Abril de 1974 possibilitou a abordagem de temas e de questões de género que até aí eram impensáveis. Ainda durante os anos 70, Marcello Caetano convida Maria de Lourdes Pintasilgo para presidir ao Grupo de Trabalho para a Participação da Mulher na Vida Económica e Social. A atividade resultou num levantamento da discriminação das mulheres ao nível do direito público e privado, do direito da família e da legislação sobre o trabalho. Na sequência do levantamento produzido por este grupo, Maria de Lourdes Pintasilgo preside à Comissão para a Política Social relativa à Mulher (decreto n.º 482/73, de 27 de setembro) e recebe indicações no sentido de separar a questão das mulheres das questões da infância. Em 1975 esta Comissão passa a ser designada como Comissão da Condição Feminina (decreto-lei n.º 47/75, de 1 de fevereiro) (Vicente, 1997; Monteiro, 2010).

Verifica-se, portanto, que nos anos finais do marcelismo e do Estado Novo se inicia, por influência de Maria de Lourdes Pintasilgo, uma lenta mudança de paradigma onde a mulher começa a ser encarada não principalmente num contexto familiar, mas sobretudo no contexto do trabalho.

Este movimento conecta-se, nos anos 70, com um cenário interna-

Notícias, Diário Popular, Público e Correio da Manhã e os semanários Independente e Expresso.

cional de viragem em relação à atenção que as sociedades deviam dar à mulher, até aí secundarizada. A própria ONU centra-se num programa de âmbito internacional para o progresso das mulheres – Women in Development (WID). Trata-se de uma abordagem muito influenciada pelas propostas feministas liberais e muito centrada na economia e no mercado de trabalho. A Organização Internacional do Trabalho ia um pouco mais longe e contextualizava a abordagem dos problemas da mulher em torno da questão da igualdade, afirmação da dignidade da pessoa e respeito dos valores humanos (Monteiro, 2010).

Mas em Portugal este processo foi lento. E sem dúvida a Revolução do 25 de Abril promoveu uma aceleração na mudança do estatuto da mulher. Desde logo porque o ano de 1975 é declarado pela Organização das Nações Unidas como o Ano Internacional da Mulher. Este é anunciado em simultâneo com diversas iniciativas, entre elas a I Conferência Internacional sobre as Mulheres, que se realizou na Cidade do México e culmina com a Declaração sobre a Igualdade das Mulheres e a sua Contribuição para o Desenvolvimento e para a Paz.

Diferentes correntes ideológicas originaram em Portugal diversos movimentos feministas. Apesar das divergências, essas organizações de mulheres contribuíram para pôr em evidência questões relacionadas com diversas formas de discriminação e concorreram para agendar a questão da desigualdade em termos sociais, económicos e políticos⁴. Através da atuação da Comissão da Condição Feminina⁵, espelhada na sua publicação oficial⁶, facultam-se elementos que permitem identificar diversos episódios da luta das mulheres pela igualdade.

Ana Vicente (1997, 8-10) considera que a Comissão da Condição Feminina tem atuado como vanguarda dos movimentos de mulheres em Portugal, e não como um departamento da Administração Pública. A sua linguagem é muito reivindicativa: “Apoiar todas as formas de conscien-

⁴ Entre as diversas organizações femininas sublinhamos as seguintes: Movimento de Libertação das Mulheres (MLM); Movimento Democrático de Mulheres (MDM); União das Mulheres Alternativa e Resposta (UMAR); GRAAL.

⁵ Esta Comissão passa, a partir de 1991, a ser designada por Comissão para a Igualdade e para os Direitos das Mulheres (CIDM); e, a partir de maio de 2007, por Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género (CIG)

⁶ “Notícias” Arquivo da Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género.

cialização das mulheres portuguesas e a eliminação das discriminações contra elas praticadas em ordem à sua inserção no processo de transformação da sociedade portuguesa, de acordo com os princípios consignados na Constituição.”

Por seu turno, Manuela Tavares (2010, 383) considera que os anos 1980 e 1990 foram caracterizados por uma menor mobilização das mulheres e por uma ação mais sistemática dos grandes fóruns internacionais, nomeadamente sob a ação da Organização das Nações Unidas. Nesse sentido, a autora sublinha que “a década de 1990 é referida como uma fase em que os movimentos feministas se globalizaram”.

O avanço conseguido no reconhecimento do estatuto social da mulher em igualdade com o homem depende, em primeiro lugar, da consciência feminina, dos seus direitos e subsequente luta empenhada para alcançá-los; depois, depende das características de cada país e da vontade política dos governos respetivos.

A questão da interrupção voluntária da gravidez em Portugal

A luta pela despenalização do aborto atravessa três décadas em Portugal (Alves et al., 2009). Entre a emergência dos primeiros movimentos pelo direito ao aborto e o primeiro debate na Assembleia da República mediam oitenta e dois anos (Tavares, 2010). Numa altura em que o aborto era passível de penas que podiam ir até 8 anos de prisão, foi criada, em 1979, a Campanha Nacional pelo Aborto e Contraceção (CNAC). Esta organização, que reunia diversas associações feministas (MLM, IDM, UMR, GAMP, Grupo de Mulheres da AAC), vai ser responsável por diversos movimentos cívicos, entre eles o abaixo-assinado “Nós-abortámos” (Tavares, 2003).

Em 1980, o deputado da União Democrática Popular (UDP) apresenta, pela primeira vez, na Assembleia da República, um projeto. Dois anos mais tarde, em 1982, o PCP apresenta, ao Parlamento, três projetos de lei sobre maternidade, planeamento familiar e despenalização do aborto. O debate marcado para 11 de novembro de 1982 é antecedido por uma grande movimentação popular, protagonizada por diversas organizações de mulheres e pelos partidos políticos que apoiavam a despenalização do

aborto. Mesmo as bancadas da Assembleia enchem-se de mulheres que vestem as camisolas com a expressão “Nós abortámos”. Ainda assim, o projeto foi recusado com 127 votos contra e 105 a favor. Foi neste debate que ficou célebre a polémica entre Natália Correia, do PSD, e João Morgado, do CDS⁷.

Mais tarde, em 1984, foi aprovada, pelo PS, uma lei (Lei 6/84 de 11 de Maio) que previa a interrupção da gravidez apenas nos casos em que a saúde física e psíquica da mulher pudesse correr riscos, em casos de violação e de malformação do feto⁸.

Em 1990, surge na Associação de Planeamento Familiar um grupo de trabalho designado por Movimento de Opinião pela Despenalização do Aborto em Portugal (MODAP) mas o assunto só regressará ao Parlamento em 1996, pela iniciativa do PCP, que apresenta um projeto de lei sobre a despenalização do aborto a pedido da mulher (20 de junho de 1996). Em pleno ciclo do guterrismo, a Juventude Socialista apresenta em outubro também um projeto de despenalização a pedido da mulher, mas outra iniciativa legislativa do deputado socialista Strecht Monteiro prevê apenas o alargamento dos prazos para a interrupção da gravidez em caso de malformações fetais e mantém os motivos evocados na lei de 1984.

A despenalização do aborto foi uma questão de género central durante o guterrismo. Proliferaram os movimentos pelo “sim”, bem como os movimentos pelo “não”. Também a igreja católica é particularmente ativa através dos movimentos “Não Mates o Zezinho” e “Juntos pela Vida”. Durante o ano de 1997 multiplicam-se os movimentos de cidadãos, abaixo-assinados a favor e contra, manifestações, vigílias, confe-

⁷ A propósito do debate sobre a despenalização do aborto, o deputado João Morgado do CDS declarou no uso da palavra no Parlamento que “A igreja Católica proíbe o aborto porque entende que o ato sexual é para se ver o nascimento de um filho”. Natália Correia respondeu-lhe em verso: “Já que o coito diz Morgado tem como fim cristalino, preciso e imaculado fazer menino ou menina e cada vez que o varão sexual petisco manduca, temos na procriação prova de que houve truca-truca, sendo só pai de um rebento, lógica é a conclusão de que o viril instrumento só usou parca ração! Uma vez. E se a função faz o órgão diz o ditado consumado essa exceção, ficou capado o Morgado.”

⁸ Em 1984, também foi aprovada legislação sobre maternidade e paternidade, planeamento familiar e educação sexual.

rências, entrevistas, artigos de opinião na imprensa, mas finalmente o projeto do PS é chumbado por um voto.

Em janeiro de 1998, o PCP apresenta um projeto semelhante ao do ano anterior. O PS responde com o diploma da JS revisto, diminuindo de 12 para 10 semanas o prazo para a interrupção legal a pedido da mulher, que agora parece ter o apoio da bancada.

A partir de 17 de janeiro voltam a crescer exponencialmente os movimentos a favor e contra os projetos, as campanhas repetem-se com outras palavras de ordem e a igreja católica regressa em grande atividade. Na votação da Assembleia em 4 de fevereiro de 1998 o projeto do PCP é chumbado por 3 votos e é aprovado o da JS. No entanto, António Guterres já se tinha manifestado contra a lei da interrupção voluntária da gravidez e, no dia seguinte à sua aprovação, PS e PSD chegam a acordo sobre a realização de um referendo.

O primeiro referendo teve lugar em 28 de junho de 1998. Os eleitores foram inquiridos sobre a sua concordância ou discordância face ao projeto de lei anteriormente aprovado que despenalizava o acesso das mulheres ao aborto. Os eleitores confrontaram-se com uma pergunta formulada nos seguintes termos: “Concorda ou não com a despenalização da interrupção voluntária da gravidez, até às 10 semanas, a pedido da mulher, desde que tenha lugar num estabelecimento de saúde legalmente autorizado” (Freire e Baum, 2001). Este referendo não foi vinculativo, como atestam os resultados: 60% de abstenções, 49% votantes pelo “sim” e 51% pelo “não”. Como notam Freire e Baum, a posição do primeiro-ministro e secretário-geral do PS, abertamente contra a despenalização do aborto, aliada a um certo alheamento do Partido Socialista, foram responsáveis pelo resultado do referendo.

A representatividade eletiva e efetiva das deputadas na II, III, VII e VIII Legislaturas

Como referido, o debate sobre as alterações legislativas tendentes à despenalização da IVG atravessou vários ciclos políticos da democracia portuguesa, sendo uma das questões que mais dividiu atores políticos, órgãos de soberania, partidos, cidadãos e grupos sociais. A controvérsia

pública eclode e arrasta-se pelo menos desde a década de 70. Quando o PCP submete ao Parlamento, em 1982, o malogrado projeto de lei com vista à despenalização do aborto, Francisco Pinto Balsemão liderava um governo de coligação entre o PSD e o CDS (Aliança Democrática), relação de forças dominante na Assembleia da República. É ainda num contexto de delicado entendimento entre as bancadas parlamentares do PS e do PSD que os socialistas veem aprovada, em 1984, a Lei 6/84, de 11 de maio, que excluía algumas situações de ilicitude para a interrupção da gravidez. Era então primeiro-ministro Mário Soares, que liderava o Governo do Bloco Central (1983-1985).

A representatividade eleitoral das mulheres na II e III Legislaturas a que aqui se alude, i.e., a sua eleição para o exercício de mandatos parlamentares, é manifestamente modesta, alcançando 6,8% no sufrágio de 1980 e 7,2% no de 1983, o que corresponde a, respetivamente, 17 e 18 mandatos em 250. Deputada na I e na III Legislaturas, Maria de Jesus Barroso recordou mais tarde como era reduzida a participação das mulheres na Assembleia:

“Os partidos apenas apresentavam um número muito pequeno de candidatas. E é pena porque a mulher tem uma visão especial dos acontecimentos, uma maneira própria de olhar as coisas – terá, porventura, que ver com o contacto que, através dos tempos, sempre estabeleceu com as pessoas mais sofredoras e com os mais pobres” (in Bettencourt, Pereira, 1995: 53).

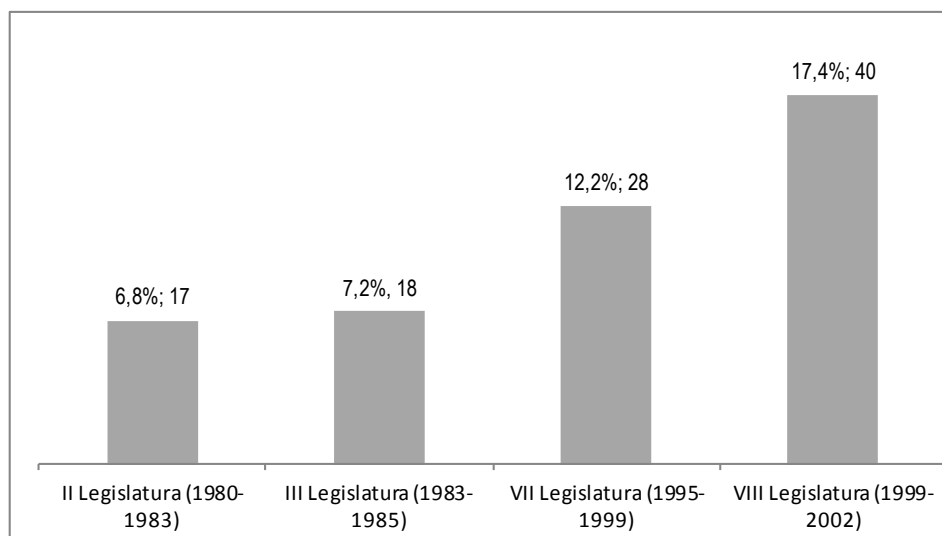
Doze anos mais tarde, quando a despenalização da IVG ressurgiu nos plateaux políticos, sociais e mediáticos, em pleno ciclo político socialista, a representatividade eletiva feminina no Parlamento ultrapassara pela primeira vez, em 20 anos de eleições livres em Portugal, a barreira dos 10%, registando 12,2% nas legislativas de 1995 (28 mandatos em 230) e, no sufrágio de 1999, 17,4% (40 mandatos).

Representatividade eletiva por género nas II, III, VII e VIII Legislaturas

Legislatura	Total de mandatos parlamentares	N.º mandatos masculinos	N.º mandatos femininos	% mandatos femininos
II Legislatura (1980-1983)	250	233	17	6,8
III Legislatura (1983-1985)	250	232	18	7,2
VII Legislatura (1995-1999)	230	202	28	12,2
VIII Legislatura (1999-2002)	230	190	40	17,4

Fonte: Assembleia da República e Pordata

Representatividade eletiva das deputadas nas II, III, VII e VIII Legislaturas



Fonte: Assembleia da República e Pordata

Poder-se-á assim considerar que o auge da discussão pública da IVG, em 1998, com a aprovação do projeto de lei da bancada parlamentar socialista, a influência da posição pessoal do primeiro-ministro, António Guter-

res, em sentido desfavorável, a votação desta matéria em referendo, sem massa crítica de votantes, sem resultado vinculativo, com maior número a manifestar-se contra, coincide com um período de viragem da representatividade eletiva das mulheres no Parlamento, instituição por seu turno central na discussão desta matéria. Nos atos eleitorais subsequentes a 1995 o número de mandatos parlamentares femininos obtidos em sufrágio aumentou consistentemente.

No âmbito do Projeto Política no Feminino, teve-se, porém, por insuficiente avaliar o peso das mulheres no Parlamento com base na representatividade eleitoral, atendendo à necessidade de captar a dinâmica do funcionamento da Assembleia da República, com sucessivas substituições de deputados ao longo de uma legislatura. Para aprofundar o estudo da representatividade feminina naquele órgão de soberania e determinar a representatividade efetiva, contabilizou-se o número de titulares de mandato parlamentar e o tempo exato em que cada um exerceu mandato, convertido em dias⁹.

A comparação entre a representatividade eletiva e efetiva revela, em primeiro lugar, que o peso das mulheres no Parlamento foi, de facto, superior ao alcançado em resultados eleitorais, com exceção da IV Legislatura (1985-1987). O que vem confirmar a fraca capitalização e valorização das mulheres na composição das listas eleitorais dos partidos para a Assembleia da República e a sua relegação para lugares não elegíveis. Viegas e Faria identificam, essencialmente no período entre 1976 e 1995, um “desfasamento” entre a proporção de mulheres que constam das listas de candidaturas à Assembleia da República e aquelas que são efetivamente eleitas¹⁰ (cfr. Viegas, Faria, 2001 [1999]: 28). O Parlamento permanece, durante as primeiras décadas da democracia portuguesa, uma instituição

⁹ Os dados da representatividade efetiva por sexo alicerçaram-se no cruzamento de diversas fontes disponibilizadas pelo serviço de documentação da Assembleia da República: bases de dados parlamentares (PLC – Processo Legislativo Comum; Base Gode); livros biográficos dos deputados referentes às várias legislaturas, publicados pela Assembleia da República; registos biográficos preenchidos pelos deputados quando ingressaram no Parlamento; Diários da Assembleia da República; livros de registo da participação dos deputados nas comissões parlamentares; registos de duração dos mandatos dos deputados, disponibilizados pelo Apoio ao Plenário da AR.

¹⁰ Nesta análise particular, consideram os quatro partidos políticos então com representação parlamentar.

marcadamente masculina. Órgão de soberania que, apenas em 1987, elege pela primeira vez uma mulher, Manuela Aguiar, como vice-presidente. A própria declara em 1995:

“Pude assim ter a oportunidade de ser a primeira mulher que dirigiu o Plenário da Assembleia da República. Foi espectacular a primeira vez que isso aconteceu, porque houve um aplauso espontâneo da Câmara. De pé, foram as deputadas que começaram a aplaudir, suponho eu, mas os colegas de todas as bancadas associaram-se a esse momento inédito na vida parlamentar portuguesa. Aquela manifestação era dirigida ao facto de se ter quebrado um tabu” (Bettencourt, Pereira, 1995: 28).

Assim, a representatividade efetiva nas II e III Legislaturas, ainda que ligeiramente superior à eletiva, não chegou aos 10%, sendo que na VII Legislatura atingiu os 15% e, na Legislatura seguinte, ultrapassou pela primeira vez os 20%, mais de duas décadas depois das eleições de 1975.

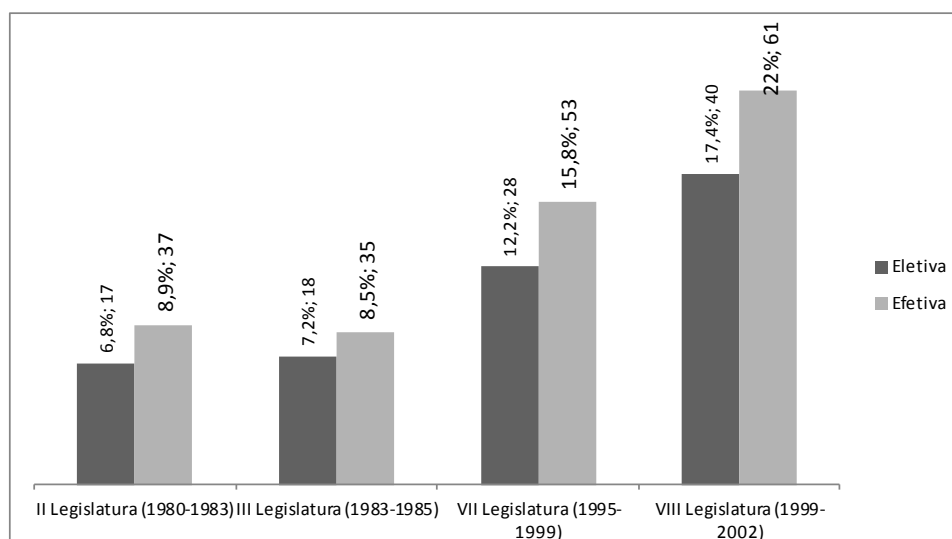
Comparação entre representatividades eletiva e efetiva femininas
na II, III, VII e VIII Legislaturas

Legislaturas	Representatividade eletiva Mandatos femininos	Representatividade efetiva Titulares de mandatos femininos		Diferença entre representatividades eletiva e efetiva
	%	%	N.º	p.p.
II Legislatura (1980-1983)	6,8	8,9	37	+2,1
III Legislatura (1983-1985)	7,2	8,5	35	+1,3
VII Legislatura (1995-1999)	12,2	15,8	53	+3,6
VIII Legislatura (1999-2002)	17,4	22,0	61	+4,6

Fonte da representatividade eletiva: Assembleia da República e Pordata

Fonte da representatividade efetiva: Projeto Política no Feminino

Comparação entre representatividades eletiva e efetiva femininas
na II, III, VII e VIII Legislaturas



Fonte da representatividade eletiva: Assembleia da República e Pordata

Fonte da representatividade efetiva: Projeto Política no Feminino

Um dos fatores apontados para a menor presença das mulheres nos órgãos políticos relaciona-se com o funcionamento dos partidos políticos como gatekeepers, ou seja, com a aplicação de mecanismos de seleção das candidaturas que tenderão a excluir a participação feminina, ainda que nenhuma força política com assento parlamentar em Portugal tenha instituído qualquer entrave formal à participação de mulheres (Cfr. Viegas, Faria, 2001 [1999]: 41).

A mais rápida progressão da participação efetiva feminina no Parlamento, em comparação com a eletiva, indicia que, pelo menos até 1995 e de uma forma global, os partidos políticos, ao excluírem ou remeterem as mulheres para lugares não elegíveis nas listas de candidatos, não deram visibilidade à problemática da subrepresentação feminina na esfera política na definição das respetivas agendas e estratégias eleitorais. Matérias como a igualdade e paridade de género e os direitos das mulheres adquirem maior projeção pública e mediática depois de 1995 e especialmente em ciclos de poder socialistas, o que, coerentemente,

Livros LabCom

se repercute no maior número de representantes femininas nos órgãos políticos e, presumivelmente, na valorização destas questões na agenda pública, influenciando os padrões de recrutamento dos partidos políticos para a Assembleia da República.

Numa análise diacrónica da representatividade parlamentar por partido político atualmente com assento parlamentar, verifica-se que, em termos absolutos, são os partidos com as mais elevadas votações – invariavelmente, o PS e o PSD, que alternam no poder – que elegem e integram o maior número de deputadas nas suas bancadas. Porém, uma observação pela representatividade de género dentro de cada bancada parlamentar proporciona leituras diferentes, revelando não existir umnexo entre os resultados eleitorais e a proporção de mulheres em cada bancada parlamentar. O PCP foi, nas II e III Legislaturas, o partido político que proporcionalmente mais mulheres elegeu para o Parlamento, seguindo-se o PSD. Em sentido oposto neste período encontram-se o PS e o CDS. Uma década mais tarde, nas VII e VIII Legislaturas, o PCP continuou a ser a força política que maior número de mandatos femininos parlamentares garantiu, seguindo-se o PS, que claramente passou a integrar esta problemática nos seus padrões de recrutamento. Os dados sugerem que a integração de mulheres nas respetivas listas eleitorais e bancadas parlamentares parece explicar-se, essencialmente, pelas idiossincrasias partidárias, o que é muito evidente sobretudo nos partidos ideologicamente situados à esquerda (Cfr. Baum, Espírito-Santo, 2009: 389). O PCP adquiriu nas primeiras legislaturas um carácter inovador ao integrar proporcionalmente a maior percentagem de mulheres na respetiva bancada parlamentar. É inquestionável que quando esta matéria estava longe de atingir a visibilidade que detém atualmente, o PCP possuía já a maior taxa de representação feminina entre os vários partidos, sendo também a primeira força política em Portugal a defender a importância de uma maior participação política feminina no seu manifesto partidário e a garantir um maior equilíbrio entre as candidatas em lugares não elegíveis e elegíveis (Martins, Teixeira, 2005: 152-153).

Porém, não se podem ignorar importantes alterações no comportamento dos partidos políticos ao longo das diferentes legislaturas, como se constata quanto ao PS e, posteriormente, o PSD e o CDS.

Representatividade eletiva feminina por partido político
nas II, III, VII e VIII Legislaturas

Partidos políticos atualmente com assento parlamentar		II Legislatura (1980-1983)	III Legislatura (1983-1985)	VII Legislatura (1995-1999)	VIII Legislatura (1999-2002)
Mandatos femininos BE		-	-	-	0
Mandatos femininos CDS-PP	Nº	1	0	3	1
	%	2,2	0,0	20,0	6,7
Mandatos femininos PCP	Nº	5	6	2	3
	%	12,8	14,6	15,4	20,0
Mandatos femininos PEV	Nº	-	-	2	2
	%	-	-	100,0	100,0
Mandatos femininos PSD	Nº	9	7	7	11
	%	11,0	9,3	8,0	13,6
Mandatos femininos PS	Nº	1	5	14	23
	%	1,5	5,0	12,5	20,0

Fonte: Assembleia da República e Pordata

De facto, a partir de 1995, denota-se uma alteração do comportamento do PS, quando passou a integrar maior número de mulheres nas listas eleitorais, com reflexos na constituição da respetiva bancada parlamentar. Na explicação desta tendência deverá invocar-se a aprovação, no final da década de 1980 e com efeitos a partir de 1995, de regulamentação interna que instituiu um “sistema de quotas” destinado a aumentar a inclusão das mulheres nas suas listas, fixando um limiar mínimo de 25%. Foi também em 1995 que o PS defendeu, pela primeira vez no seu programa eleitoral, medidas de discriminação positiva (cfr. Baum, Espírito Santo, 2009: 388). Na análise de Meirinho Martins e Teixeira, a partir das eleições de 1999, o partido marca uma viragem significativa e muito favorável às candidatas. “Estes valores são particularmente relevantes tendo em conta que o Partido Socialista ganhou as eleições em 1995 e em 1999, e que os partidos com maior representação parlamentar tendem a ser mais retraídos ou menos recetivos no que se refere à representação feminina nas suas listas” (Martins, Teixeira, 2005: 150).

Livros LabCom

Representatividade efetiva feminina por partido político
nas II, III, VII e VIII Legislaturas

Partidos políticos atualmente com assento parlamentar		II Legislatura (1980-1983)	III Legislatura (1983-1985)	VII Legislatura (1995-1999)	VIII Legislatura (1999-2002)
Mandatos femininos BE	Nº	-	-	-	1
	%	-	-	-	30,3
Mandatos femininos CDS-PP	Nº	9	3	4	1
	%	5,3	0,1	14,8	6,7
Mandatos femininos PCP	Nº	10	11	2	5
	%	20,6	18,4	10,6	25,8
Mandatos femininos PEV	Nº	-	-	3	2
	%	-	-	100	90,8
Mandatos femininos PSD	Nº	10	7	14	11
	%	10,3	6,7	13,3	13,4
Mandatos femininos PS	Nº	5	12	30	41
	%	3,0	8,0	17,0	28,2

Fonte: Projeto Política no Feminino

Mais genericamente, o tema da paridade fez o seu caminho no seio dos partidos políticos, notando-se uma maior visibilidade desta questão nas legislaturas mais recentes, o que foi também impulsionado por via legal, com a aprovação, em 2003, da Lei dos Partidos Políticos. O PSD apresenta, a partir da IX Legislatura (2002-2005), níveis crescentes de representatividade feminina, quando “diminuiu significativamente o número de candidatas colocadas em lugares não elegíveis e reforçou o número de candidatas com possibilidades reais de aceder ao Parlamento, o que conduziu a um aumento assinalável das candidatas eleitas” (Martins, Teixeira, 2005: 147). O CDS-PP registou igualmente uma tendência crescente de presença feminina a partir da X Legislatura (2005-2009), não obstante ser o partido que, no que respeita ao recrutamento parlamentar, candidata listas preponderantemente masculinas (Martins, Teixeira, 2005: 148).

Em suma, a análise diacrónica da representatividade no Parlamento numa perspetiva de género revela que a participação política feminina naquele órgão é alavancada essencialmente a partir de 1995, coincidindo

www.labcom.pt

com um ciclo político socialista. É também a partir de meados da década de 1990 que, de forma mais notória e programática, o PS altera os seus padrões de recrutamento, integrando maior número de mulheres, e em posições mais favoráveis, nas listas eleitorais. O PCP denotou, desde as primeiras legislaturas, uma preocupação explícita de integrar mulheres na respetiva bancada parlamentar. Coincidentemente, PS e PCP são os dois partidos políticos mais ativos na Assembleia da República na causa da despenalização do aborto, podendo associar-se esta intervenção a uma mais explícita e dinâmica agenda de questões de género em que se inclui a própria paridade na participação nos órgãos políticos.

A representação fotojornalística das deputadas parlamentares na imprensa

A imagem fotográfica é um dos instrumentos de mediação privilegiados no jornalismo contemporâneo e foi, historicamente, um dos principais domínios de objetivação do discurso jornalístico, sustentado na sua propalada capacidade testemunhal. Marcada pela força da crença indelével no lugar e no momento da sua produção (Barthes, 1998), a fotografia fundou aí boa parte do seu valor de representação e contribuiu para reequacionar o valor da própria informação, reclamando para si o ónus de uma “prova” que o texto não consegue. Através de várias estratégias de ancoragem ao real, a fotografia constrói vínculos com os valores de verdade, tão caros ao jornalismo, ao mesmo tempo que cria valores simbólicos, sistematizando a experiência comum, simplificando leituras e servindo o jornalismo no seu papel de (re)produtor de conhecimento (Meditsch, 2001) e de saberes sobre o mundo, mudando ou agitando opiniões, e indicando o modo como devemos pensar sobre ele.

A importância das imagens no jornalismo é sublinhada por Traquina ao recordar a “visualidade” como um dos valores-notícia de seleção noticiosa, a partir de critérios contextuais¹¹: “Há imagens ou não? Qual é a qualidade dessas imagens? A existência de boas imagens, de «bom» material visual, pode ser determinante na seleção do acontecimento como

¹¹ Ali definidos, seguindo Mauro Wolf (1987), como aqueles que respeitam ao processo de produção das notícias e não à natureza substancial do acontecimento

notícia” (Traquina, 2002: 196-197).

Nos títulos que analisámos, pudemos verificar a crescente valorização da imagem fotográfica nas páginas dos jornais, e nas páginas de política em particular, através do progressivo aumento de fotografias do corpus ao longo dos 35 anos em estudo. Embora o corpus reunido seja também reflexo da variabilidade de relevâncias que foram sendo atribuídas aos diversos estudos de caso, sendo o número de fotografias indicador dessa valorização, o aumento progressivo do número de fotografias ao longo do período estudado, em todos os jornais, assinala essa valorização crescente das imagens de forma expressiva. Se, em 1976, e no que se refere à mediatização dos debates da Constituinte, não foi publicada qualquer fotografia em nenhum dos quatro jornais analisados, nos anos 97 e 98, são 300 as fotografias que analisámos a propósito dos debates sobre IVG, tendo sido este, claramente, o caso que maior destaque fotográfico obteve de entre todos os estudados.

A existência ou não de imagens – não sendo tão determinante na imprensa como o é para a televisão e para a internet – tornou-se, sem dúvida, um factor com cada vez maior peso, transformando-se claramente, a partir dos anos 90, numa exigência no caso do jornalismo parlamentar, exigência inexistente em 1976. Esta situação sugere-nos que, nestes primeiros anos do pós-25 de Abril, o jornalismo político seguia ainda um registo racionalista associado ao privilégio da escrita e da oratória sobre a imagem, considerada mais popular e apropriada a assuntos mais ligeiros ou mundanos.

A análise da construção fotográfica dos valores de género associados à representação fotográfica de deputados e deputadas foi elaborada tendo como referência – para além, evidentemente, das fotografias e das notícias onde surgem – o quadro da evolução da representatividade de género no parlamento, que vimos acima, bem como o estudo das iniciativas parlamentares das deputadas e a análise dos discursos produzidos pelos diversos protagonistas e registados nos Diários da República.

Quando considerados estes fatores, somos obrigados a excluir a crença por demais enraizada de que a fotografia é “um espelho do real” (Dubois: 1992). Esta ideia, se válida, levaria, desde logo, a inferirmos que a subrepresentação das deputadas em termos de atenção fotográfica se

deve ao facto de que elas não produzem quaisquer iniciativas relevantes, que discursam pouco no Parlamento ou que, sendo muito menos, merecem até, proporcionalmente, maior atenção. Os nossos dados não comprovam estas suposições.

Considerando aqui o caso dos três debates sobre IVG de 1984, 1997 e 1998, constata-se que:

- 1) O aumento do número de deputadas não significou um aumento da sua representatividade nas fotografias de imprensa (a representatividade efetiva no Parlamento foi de 8,5% durante a III Legislatura e 15,8% durante a VII Legislatura);
- 2) O aumento do número de fotografias nas páginas dos jornais não significou um aumento de “oportunidades fotográficas” para as deputadas.

Assim, das 300 fotografias recenseadas sobre este caso, 162 têm presença de deputados e/ou deputadas (54% do total das fotografias). Destas, 47 fotografias representam deputadas (15,6%), 85 representam deputados (28,3%) e 30 representam ambos os géneros (10%). A distribuição por debates mostra que as deputadas surgem em 8 fotografias sobre a cobertura do debate parlamentar de 1984, passando para 21 em 1997 e para 18 em 1998, registando um crescimento de cerca de 13 fotografias. Os deputados apresentam um número de fotografias muito semelhante às deputadas em 1984, com apenas mais uma fotografia (9), mas distanciam-se na década de 90. Em 1997, colheram 37 aparições fotográficas e no ano seguinte cresceram para 39, mais 30 fotografias do que em 1984. Em termos de percentagens relativas para cada ano, verificamos um decréscimo de representatividade relativa das mulheres deputadas, que diminui 8% enquanto a dos deputados cresce 18%.

Apesar de termos um aumento em números absolutos em todos os casos, quando analisada a distribuição percentual, as deputadas passam de uma percentagem de 33% para a de 25%. Ou seja, se em 1984 temos praticamente o mesmo número de fotografias representando deputados e deputadas (os deputados surgem em 9 fotografias e as deputadas em 8), num momento em que temos menor número de deputadas presentes no parlamento, esta paridade diminui nos anos 90, com claro protagonismo

das fotografias representando homens deputados, quando a representatividade parlamentar efetiva havia aumentado para os 15%.

Quanto às iniciativas das deputadas neste período, os dados recolhidos indicam que durante a III Legislatura foram seis as deputadas que contribuíram com uma iniciativa legislativa sobre o tema. As quatro deputadas do PS e as duas do PCP, neste caso, são subscritoras dos projetos de lei submetidos pelos respetivos partidos. Na VII Legislatura, ao todo, foram 25 as deputadas¹² com atividade relevante no debate, totalizando entre si 77 iniciativas¹³.

Maria José Nogueira Pinto, líder da bancada do Partido Popular (PP), de direita, foi a deputada mais interventiva, facto que terá alguma correspondência na cobertura jornalística, nomeadamente através de imagens, sendo das deputadas mais fotografadas (ver a análise qualitativa mais à frente), contabilizando um total de 14 iniciativas. Seguiram-se-lhe, em termos de protagonismo no debate parlamentar sobre o aborto, a deputada do Partido Comunista Português Odete Santos, primeira subscritora do projeto de lei comunista: esta deputada é responsável por 11 iniciativas. Segue-se, em termos de protagonismo na atividade parlamentar, a deputada Helena Roseta, do partido do Governo, o Partido Socialista, com oito iniciativas.

O dia da votação das propostas de alteração à lei do aborto, em 1997 – 20 de fevereiro – foi o momento que maior quantidade de intervenções no plenário suscitou nesta legislatura: apenas cinco das deputadas com iniciativas registadas sobre o tema não tiveram participação ativa na sessão; Maria José Nogueira Pinto e Odete Santos foram, no debate, as principais figuras femininas. Em 1998 é, mais uma vez, o dia do debate da proposta de alteração à lei do aborto na Assembleia (4 de fevereiro de 1998) o que maior participação das deputadas recolhe. As protagonistas são as mesmas do debate do ano anterior. Não podemos, portanto, afirmar que não existiram oportunidades fotográficas para os fotojornalistas que acompanharam os debates.

¹² Quinze delas foram eleitas e cumpriram o seu mandato na íntegra; as restantes apenas parcialmente, em regime de substituição.

¹³ Estas iniciativas contabilizam várias figuras regimentais previstas para as intervenções dos deputados: pedidos de esclarecimento; interpelações à mesa; defesas da honra, declarações de voto e propostas de projectos lei.

Liderar no feminino e no masculino: a construção de sentidos pelo fotojornalismo

Os lugares de poder são frequentemente um dos critérios de noticiabilidade, um exemplo do funcionamento da ordem discursiva institucional jornalística, com todas as suas implicações deontológicas e ideológicas, coincidindo, neste particular, com a própria missão jornalística de observar e mediatizar o espaço político e os seus agentes.

Neste contexto, verificámos que embora, em princípio, o exercício dos mandatos de deputado/a por si só os/as torna foco da atenção mediática, por outro lado, é a posse de cargos de responsabilidade política por parte destes/as que lhes traz mais oportunidades de protagonismo e visibilidade no espaço mediático face aos seus colegas eleitos. Os principais “fotografados” do nosso corpus correspondem a este perfil: Odete Santos, primeira subscritora da proposta de lei do PCP; Sérgio Sousa Pinto, primeiro subscritor da proposta de lei do PS; o mesmo para Strecht Monteiro (PS), subscritor de uma proposta de alteração à lei de 1984; Jorge Lacão (PS), Francisco Assis (PS) e Maria José Nogueira Pinto (CDS-PP), líderes de bancada parlamentar. O que parece indicar a importância de uma trajetória de poder no interior dos partidos como granjeadora de visibilidade mediática.

Por isso, trouxemos à nossa reflexão em termos de análise qualitativa uma comparação entre líderes de bancada parlamentar por ocasião da liderança de Maria José Nogueira Pinto à frente da bancada do CDS-PP, comparando-a com o tratamento fotojornalístico que mereceram os líderes masculinos Jorge Lacão e Francisco Assis (líderes do grupo parlamentar socialista, respetivamente, em 1997 e 1998).

No nosso corpus sobre este caso, temos 8 fotografias representando o líder parlamentar socialista Jorge Lacão e 5 representando a líder Maria José Nogueira Pinto. Como vimos, no debate de 20 de fevereiro de 1997, temos notícias sobre as discussões das propostas de lei e outras sobre a realização ou não de um referendo. É interessante assinalar que os artigos com destaque fotográfico da deputada do CDS-PP em 97 referem-se às discussões das propostas, ao contrário do seu colega masculino que surge apenas numa peça a propósito do debate da lei propriamente dita, tendo, portanto, destaque fotográfico sobretudo quando

o assunto é o referendo ao aborto.

Esta mesma distribuição repete-se no debate do dia 4 de fevereiro de 1998, já com Francisco Assis na liderança do grupo parlamentar socialista. Este deputado surge com destaque fotográfico em 9 peças jornalísticas, as quais versam unicamente as discussões do referendo, que voltaram a repetir-se, como já referimos, em 1998. No debate de 1998, a líder feminina tem destaque fotográfico em 3 notícias sobre o referendo e 5 a propósito das propostas de lei de novo em debate. O que significa que nas peças onde está representada fotograficamente surge menos vezes a propósito do debate controverso do referendo, ao contrário dos líderes masculinos. A deputada e líder parlamentar parece ser notícia sobretudo nas questões das propostas de lei.

Este aspeto parece-nos significativo, precisamente, se analisarmos os modos de representação que temos de relacionar com os elementos textuais convocados. Parece relacionar-se com os valores agonísticos que são mobilizados pelos jornais sobretudo para representar a ação política masculina e apenas de forma muito marginal para caracterizar as intervenções políticas femininas.

A decisão sobre os referendos nesta legislatura é apresentada pelos jornais analisados como um caso de negociação de bastidores entre o primeiro-ministro, líder do Partido Socialista, António Guterres, e o líder do partido da oposição (Marcelo Rebelo de Sousa, do PSD), bem como com os diversos poderes internos dos partidos. O DN descreve este acontecimento como uma “iniciativa que não é pacífica dentro da própria direção do grupo parlamentar do PS” (DN, 30 de janeiro de 1997: 4); acrescenta na legenda da pequena fotografia de Lacão, na chamada de primeira página dessa mesma edição do DN, que “Lacão está preocupado com as propostas da JS e do PCP” (DN, 30 de janeiro: 1) e descreve que o PSD considerou esta posição de “hipocrisia política” (idem). Tensão, problemas e preocupações são os qualificativos que dominam as interpretações em torno da questão do referendo.

Também o Público dá destaque ao caso usando este enquadramento do conflito e confronto. Na edição do Público do mesmo dia, 30 de janeiro de 1997, o título é “Guterres impõe referendo” e a legenda da fotografia mostrando Jorge Lacão no Parlamento realça “Jorge Lacão:

problemas à vista na reunião de hoje com o grupo parlamentar socialista” (Público, 30 de janeiro: 6). No dia seguinte, nova fotografia de Lacão no Parlamento com o título conotativo: “«Sindicato de voto» contra” (Público, 31 de janeiro de 1997: 5).

O mesmo enquadramento é sublinhado em 1998 no tratamento jornalístico da questão do referendo, com expressões como “vozes discordantes” (DN, 7 de fevereiro de 1998: 6), “embaraça” (“Acordo embaraça socialistas”, *idem*), “bancada em revolta” (*ibidem*) ou, para sublinhar a influência do primeiro-ministro, António Guterres, a expressão usada é “PS rendido à ideia do referendo” (Correio da Manhã, 6 de fevereiro de 1998: 20).

Analisando o tratamento jornalístico das notícias centradas nos debates da lei e onde estes líderes parlamentares surgem com destaque fotográfico (1 foto de Lacão; 10 de Maria José Nogueira Pinto e nenhuma de Assis sobre o debate da lei), o enquadramento discursivo realçou menos o conflito do que a descrição das diferentes posições em debate, opondo-as segundo uma retórica comparativa tendente a caracterizar cada posição. Ora, é precisamente aqui que surgem mais destaques fotográficos da deputada, arredada das notícias sobre o referendo (que não constituía polémica para o seu grupo parlamentar, pois defendia o referendo).

As referências à ação surgem em torno de qualificativos como “um dia de debate sem grandes entusiasmos” (Público, 21 de fevereiro 1997: 2) ou, na legenda de uma das fotos desta peça mostrando a assistência, escreve-se: “Nas bancadas, apesar da presença de manifestantes de sinal contrário, quase não houve incidentes” (*idem*). Num artigo anterior ao dia do debate, o tratamento também é descritivo e não conflituoso: “Os deputados do PP quiseram ver como funcionava o planeamento familiar” (Público, 18 de fevereiro de 97). Este diferente tratamento noticioso parece repetir-se nas fotografias com a particularidade de ter incidências ao nível da representação de género.

Acrescente-se, ainda, que nos dias de cada um dos debates, transcritos nos respectivos Diários da Assembleia da República (Sexta-feira, 21 de fevereiro de 1997: I série, nº 42; Quinta-feira, 5 de fevereiro de 1998: I série, nº 36), podemos constatar que a deputada Maria José Nogueira

Pinto tem 6 intervenções em cada um dos debates, dos quais uma delas, em cada debate, é sobre a posição de fundo do seu partido, ao contrário de Jorge Lacão, com duas intervenções (debate de 97) e Francisco Assis, também com duas intervenções (debate de 98).

Este aspeto sublinha o facto de não se poder justificar a questão por uma ausência de participação das deputadas e, acrescente-se, nem por uma ausência de teor conflituante das suas propostas. Uma análise breve dos seus discursos e da utilização da figura regimental “defesa da honra” (sempre mais frequente neste caso em análise para Nogueira Pinto do que para os seus homólogos masculinos) é disso testemunha. É, portanto, na diferente valorização jornalística do que é dito que se poderá encontrar a justificação do tratamento diferenciado.

A forma diferente de fotografar Maria José Nogueira Pinto face aos seus homólogos masculinos indica um certo esvaziamento de poder atribuído à sua ação política por parte dos jornalistas e fotojornalistas. Nogueira Pinto, como adiante analisaremos mais em detalhe, não surge retratada em ação, raramente é sujeito principal da notícia ou da legenda e, quando o é, são introduzidos elementos de sentidos opostos e divergentes que tornam a leitura ambígua. A deputada nunca é representada como líder rodeada pelos seus pares, está sempre isolada ou é transformada em objeto de olhar, portadora de atributos. Os líderes Lacão e Assis, pelo contrário, estão sempre em ação (discursiva no Parlamento), são sempre nomeados na notícia, sempre protagonistas principais, rodeados pelos seus pares e representados como elementos centrais da intriga política, critério noticioso privilegiado pelos jornalistas.

As imagens em foco

De acordo com Michael Halliday (referido por Kress e Van Leeuwen, 2006), todos os modos semióticos podem ser analisados a partir de três metafunções: ideacional, interpessoal e textual. Concentremo-nos, para já, na primeira metafunção. Esta refere-se à dimensão referencial de um signo, isto é, à sua capacidade de representar aspetos do mundo da experiência humana fora do signo (embora todo objeto de um signo seja semioticamente formado).

Todo o sistema semiótico tem a capacidade de se referir a objetos e a processos que relacionam objetos, o que configura determinadas estruturas narrativas. Estas podem ser processos ligados à representação de ações ou, pelo contrário, podem preocupar-se principalmente com o estabelecimento de circunstâncias, ou descrições.

Os autores propõem-se analisar os diversos elementos que surgem representados nas imagens e que chamam de “participantes representados”¹⁴, e os modos de interação entre eles. Por isso, quando as estruturas narrativas ligam os participantes por vetores (verbos transitivos), estamos perante uma “imagem narrativa” (que pode ter diferentes estruturas). Já quando as relações entre objetos não se estabelecem por vetores ligados a ações (atores e objetivos) mas a atributos, a classes ou a sentidos, ou seja, às essências e estados de coisas, estaremos perante “imagens conceituais” (que relacionam portadores a qualidades).

Claramente, ao nível do texto, encontramos esta distinção nos modos de representar o caso do referendo, centrado nas ações conflituantes, por contraste com o modo de representar as questões decorrentes das propostas de lei (as suas problemáticas), caracterizadas nas suas circunstâncias, implicações e opiniões diferenciadas mas sem sublinhar (nos casos aqui analisados) o conflito e a luta. Uma vez que, como constatámos, existe uma diferença de género na “distribuição” noticiosa dos temas “Lei” versus “Referendo”, com a participação feminina quase exclusivamente noticiada a propósito do primeiro tema e a masculina do segundo, vejamos se e como estes modos de representação encontram equivalente nas fotografias. Para o efeito, no total das 30 fotografias com alguns destes deputados, escolhemos as fotografias que nos parecem mais significativas dos modos de os representar.

Na figura nº 1 temos uma composição que divide a imagem em duas partes: no lado esquerdo surgem, de pé, a olhar nessa mesma direção, os deputados Maria José Nogueira Pinto e Krus Abecassis; na metade direita, um grupo de três mulheres sentadas de ar cabisbaixo, a olhar para

¹⁴ Kress e van Leeuwen classificam as estruturas narrativas em processos ou circunstâncias. Os participantes subdividem-se em dois tipos: os participantes representados, ou seja, todos os elementos discerníveis numa imagem e que estarão interligados de dados modos; e os participantes interativos, os quais incluem emissor e recetor da mensagem visual.

o chão, viradas em sentido oposto. Uma parede, usada para marcar esta divisão visual, separa os deputados das utentes. Não existe relação ativa entre ambos e é reforçado o sentido de separação e de “costas voltadas”. A imagem não é, por isso, transacional ou narrativa, mas concetual. As relações entre os participantes representados é a dos atributos (os gestos de uns e outros; os modos de vestir e de estar, de pé ou sentados, os olhares para fora ou para baixo) e da circunstância (partilham o mesmo espaço). O lugar é um Centro de Saúde de Lisboa e Maria José Nogueira Pinto só é identificada no corpo da notícia. O lugar surge identificado no ante-título (“Deputados do PP aparecem de surpresa em centros de saúde da Grande Lisboa”), enquanto na legenda se sublinha “PP «angustiado» perante a forma como está a ser conduzido o debate sobre o aborto” (Público, 18 de fevereiro de 1997: 18). Toda a imagem é, então, uma interpretação visual da “angústia”, que qualifica os participantes representados a partir da legenda (de ancoragem conotativa, segundo Barthes) que ajuda a fixar essa interpretação. Todos os presentes serão portadores desse atributo. Porém, o maior destaque e a posição no primeiro quadrante da imagem torna o casal de deputados o sujeito principal da descrição. Note-se que a deputada não é apresentada como verdadeira protagonista.

Além disso, o facto de os deputados estarem a olhar na direção contrária ao sentido de leitura cria uma “tensão” face à orientação do olhar do espectador (Arnheim) e comunica o sentido de passado, a dimensão do “já dado” (Kress e Leeuwen). A interpretação de que estão a olhar “para trás” resulta desta composição. Esta orientação dos deputados acentua a sua inatividade precisamente porque estão contra a que seria a representação visual da linha de ação (o sentido de leitura convencional da esquerda para a direita), que assim é negada. Os deputados, tal como os outros utentes, estão à espera.

As utentes encontram-se na parte direita para a qual tende o nosso olhar. Esta zona da imagem é associada pelos autores referidos como a área onde algo de novo, ainda não estabelecido – o futuro –, se apresenta. É também frequentemente a zona onde surgem os objetos (e não os sujeitos) da ação. A posição curvada das mulheres e a linha traçada pelo seu olhar reforçam o sentido negativo da avaliação da situação dos centros de saúde. A parte inferior da imagem, para onde estas olham, é

frequentemente interpretada como a área da imagem onde se reforçam os sentidos do real (versus a parte superior do plano, onde se expressam sentidos ideais). Maria José Nogueira Pinto não surge representada em ação e o seu protagonismo é mitigado pela negação da ação e pelo modo concetual e descritivo formulado pela imagem. Tanto o título como a legenda apresentam um sujeito coletivo que retira protagonismo à líder.

Outro exemplo significativo surge na figura 2. Nesta fotografia a deputada surge no centro da imagem. No entanto, nem o título (“Strecht quis agradar a todos”) nem a legenda (“Contactos. Strecht multiplicou-se em conversas com outros deputados”) atribuem à deputada o protagonismo da ação.



Figura 1: Público, 18 de fevereiro de 1997, p.18.



Figura 2: Diário de Notícias, 21 de fevereiro de 1997

O texto atribui o protagonismo ao deputado que surge em primeiro plano do lado direito da imagem, na área do “novo” face ao lado esquerdo do “já dado”, onde está o deputado “histórico” dos populares, Krus Abecassis. A dimensão e situação em primeiro plano do deputado situado do lado direito da imagem, e do “lado de cá” da bancada, faz com que seja com ele que o espectador (participante interativo) se identifique.

Maria José Nogueira Pinto está no centro da ação representada e parece ser sujeito dessa ação. No entanto, não só a relação com o texto transforma imediatamente o seu protagonismo em objeto da ação do deputado Strecht Monteiro (o deputado que surge à direita), como a linha de ação em primeiro plano é a estabelecida entre o olhar perscrutante de Krus Abecassis e o que se percebe do olhar de Strecht Monteiro. Aliás, uma análise mais detalhada permite perceber que Nogueira Pinto está apenas ilusoriamente nessa interação, já que o seu olhar se dirige para algo ou para alguém ao lado de Strecht Monteiro e que não é visível na imagem. No entanto, parece que a deputada está a cumprimentar Monteiro, pelos braços estendidos de um e de outro. Os olhares estão, contudo, desencontrados e ela afinal parece estar “noutra” conversa. Esta fotografia representa uma espécie de “logro” do poder, colocando-a como objeto da visão mas desvalorizando a sua ação, que é secundarizada.

Estamos diante de uma estrutura narrativa transacional bidirecional no primeiro plano entre os dois deputados masculinos que se olham mutuamente, reforçando o sentido de uma “medição de forças” entre eles; uma segunda estrutura, paralela a esta, mas num segundo plano face a ela, com uma narrativa transacional unidirecional porque o objeto e o objetivo da ação de Nogueira Pinto não são visíveis. No seu conjunto, estas “duas” conversas constituem um “fenómeno” que é observado por um terceiro deputado mais afastado, que na terminologia de Kress e Van Leeuwen se designa de reator, alguém que reage ao fenómeno. Trata-se assim de uma estrutura narrativa designada por processo reacional em que um participante representado observa e reage a um fenómeno representado.

Este deputado “reator” constitui o vértice de um segundo triângulo que se pode estabelecer depois do primeiro triângulo constituído pelas figuras dos três deputados principais. Situa-se na linha de leitura descendente, entre o plano ideal e o real (parte inferior do plano). O seu olhar ajuda a fixar o foco de atenção sobre o fenómeno representado (as conversas a que ele “reage”). Mais atrás e distantes, alguns grupos de deputados parecem também observar o que se passa, contribuindo para uma certa tensão e atenção sobre as conversas dos deputados.

De um lado, Krus Abecassis parece fulminante e protetor, do outro, os deputados observam as ações. Ao centro, a deputada líder do grupo parlamentar parece vigiada e o seu protagonismo mitigado e problematizado. Não deixa de transparecer um certo sentido de “proteção” destes olhares masculinos reativos face à aparição de Strecht Monteiro, o verdadeiro ator desta imagem, em torno de uma “defesa” simbólica da deputada. Embora na realidade ela não esteja sob os olhares cruzados dos dois principais deputados do primeiro plano, a sua posição central na imagem e os olhares dos “reatores” tornam-na, claramente, não no agente mas no objeto de todos os olhares (de dentro da imagem e dos espectadores¹⁵), evidenciando o poder da composição formal da imagem na construção dos sentidos.

Consideremos agora também a metafunção designada por interpes-

¹⁵ Ou participantes interativos. Trata-se da dimensão interpessoal da imagem que analisaremos de seguida.

soal. Esta estabelece-se entre os participantes interativos, isto é, entre os produtores das mensagens (jornalistas e fotógrafos) e os leitores-espectadores através dos participantes representados. Como referem Kress e Van Leeuwen “any mode has to be able to represent a particular social relation between the producer, the viewer and the object represented” (1996: 42).

A questão aqui não é a de determinar o que efetivamente cada um destes participantes pretendeu produzir ou interpretar mas os modos como estas relações sociais surgem representadas e constituídas pelos textos e imagens. No caso da fotografia, estamos a falar das relações codificadas pela perspetiva, a qual estabelece ficcionalmente um espaço tridimensional e designa um lugar para o espectador em termos de escala (distância face ao objeto representado), ângulo, ponto de vista (o que se vê, o que está fora de campo), as relações entre os participantes representados e o espectador, ou seja, no caso de pessoas representadas, saber se estas olham diretamente o espectador ou não. Estas últimas categorias relacionam-se com os conceitos de “imagem oferta” e “imagem pedido” de Kress e Van Leeuwen.

Na “imagem pedido” a pessoa representada na imagem dirige-se diretamente ao espectador, estabelece com ele/ela uma relação pessoal como se lhe pedisse algo através do olhar. A pessoa representada olha diretamente para a câmara/espectador. É, na verdade, o campo de relações que passam pelas diferentes nuances do modo imperativo da ordem, ao pedido delicado ou à sedução do espectador. Já na categoria de imagens “oferta” esta relação com o espectador não é tornada presente e este/a surge como voyeur de uma cena na qual a sua presença enquanto espectador(a) exterior não é notada. É isso que acontece nas duas imagens analisadas.

Já no caso da figura 3 estamos perante uma imagem pedido. A deputada pouza para o fotógrafo e olha diretamente para a câmara. Trata-se, evidentemente, da construção de um ethos próprio, da constituição de uma “apresentação de si” (Goffman, 1993), numa foto onde surge como verdadeira protagonista mas onde não há ação. Olhar o espectador tem uma longa tradição na representação do feminino nas imagens da cultura ocidental e pode ser interpretado como um ato de verdadeira sedução tanto quanto de sujeição (Berger, 1980; Nochlin, 1999; Mulvey, 1989).

Neste caso, a fotografia contrasta de forma assinalável com o teor do

artigo cujo título descreve as reações negativas ao seu projeto de lei sobre o estatuto de personalidade jurídica para os embriões: “Juristas perplexos com personalidade do embrião” (Independente, 16 de janeiro de 1998). Na legenda onde a deputada é identificada com o seu “petit-nom” de família, algo comum na forma de tratamento das mulheres de classe social elevada, surge o qualificativo “surpreender” (“Zézinha Nogueira Pinto volta a surpreender”), contribuindo para uma leitura ambígua do retrato, entre um surpreender positivo, sustentado pelas qualidades do retrato, e um surpreender depreciativo, sublinhado pelo texto.

Este contraste acentuado entre o teor do texto e o do retrato apresentado contribui para uma certa desvalorização das ações e da presença da deputada, introduzindo leituras ambíguas. O texto centra-se nas apreciações negativas e na desvalorização da iniciativa da deputada, qualificada por membros do seu partido como “manobra de diversão” com o único objetivo de lançar a candidatura da líder parlamentar a presidente do partido (tema político forte na altura). Como seria se tivéssemos antes uma imagem da deputada a discursar de forma séria e combativa no Parlamento?



Figura 3: Independente, 16 de janeiro de 98.

Pelo contrário, “combatividade” e “seriedade” parecem predominar na caracterização da ação política masculina. Considerando o caso de Jorge Lacão, este é sempre representado na sua ação parlamentar, como sujeito da ação, rodeado pelos seus pares e estabelecendo com eles cumplicidades e um sentido de solidariedade de grupo que reforçam a sua liderança. Na figura nº 4 o título anuncia “PS decide referendar aborto” e a legenda reforça essa ideia: “Novidade. Pela voz de Jorge Lacão PS admite pela primeira vez consultar a população sobre o aborto”. Na foto, a composição circular coloca o líder socialista no centro da atenção. Ele estabelece com dois deputados representados em primeiro plano e de costas, uma interação bidirecional, uma reciprocidade, pois eles também estão em relação com ele. Num terceiro plano da imagem, destacam-se dois deputados atentos à sessão parlamentar (que está fora do enquadramento, evocada através dos seus olhares que seguem o sentido da nossa leitura, valorizando positivamente esse lugar ou evento que não se vê).



Figura 4: Diário de Notícias, 30 de janeiro de 1997

A presença destes deputados, que se traduz numa função de acompanhamento (Kress e Van Leeuwen) da ação principal, é importante na

afirmação do grupo. Quanto à relação com o espectador, o enquadramento sendo de conjunto é bastante próximo, criando a ilusão de quase intimidade com o grupo. A representação de deputados de costas produz um efeito de identificação do espectador com esses personagens, por partilhar o mesmo sentido e orientação do eixo de atenção. Neste caso, essa identificação obriga a uma orientação contrária à habitual esquerda-direita. Os deputados de costas em primeiro plano constituem uma linha de leitura que conduz, circularmente, ao líder Jorge Lacão, que se encontra no ponto de viragem das linhas de força. Este facto ajuda ao seu protagonismo e à construção de um conjunto de valores positivos da sua ação.

Esta imagem surge na sua função testemunhal como imagem oferta e o espectador como um voyeur exterior à ação (embora, como vimos, identificado com ela dada a estrutura composicional).



Figura 5: Público, 30 de janeiro de 1997

O recurso a um modo circular de composição é uma estratégia frequente. As linhas circulares das bancadas do Parlamento são aproveitadas para marcar diagonais circulares que produzem composições dinâ-

micas e com o sentido de “entourage”, acentuado pela disposição dos vários deputados em volta do líder ou, como nas figuras 5 e 6, pelo uso intencional do foco (desfocando um pouco os bordos da imagem).

Na figura 5 temos uma estrutura narrativa reacional: os seus pares observam a ação do líder que olha em frente no mesmo sentido do eixo de leitura. O objetivo da ação do líder está fora-de-campo, mas a posição do deputado e o seu olhar frontal estabelecem uma relação de horizontalidade face a esse objetivo (o governo sentado em frente, fora-de-campo). Esta horizontalidade marca um confronto entre iguais. Note-se que as deputadas surgem muitas vezes a olhar para baixo e não nesta postura frontal e horizontal.

Na figura 6, Lacão, sempre ao centro, surge caracterizado pelo gesto da mão nos cabelos. Este gesto torna-se uma metáfora visual uma vez que o título anuncia que se está a formar no seio do PS uma espécie de “Sindicato de voto” contra a lei, o que porá o líder em dificuldades (a expressão “pelos cabelos” traduziria bem o sentido conotativo da imagem). É exemplo de um fotojornalismo mais interpretativo que se desenvolve ao longo dos anos 90.



Figura 6: Público, 31 de janeiro de 1997

No entanto, o facto de todos os deputados estarem ativamente a olhar para o que se passa à sua frente e fora de campo e essa ação coletiva estar presente na imagem de forma tão contundente tornam esta imagem narrativa. Se apenas se tivesse enquadrado o líder, separado do seu contexto, poderíamos considerar tratar-se exclusivamente de uma caracterização do deputado, o que não se verifica. Este tratamento contrasta com o que foi dado a Nogueira Pinto na figura 7: as cumplicidades foram cortadas pelo enquadramento, o seu olhar está voltado para baixo e para a esquerda, e o ângulo picado é bem mais acentuado do que o desta fotografia de Lacão. A imagem da deputada em conversa, em vez de ser narrativa, torna-se concetual. Por outro lado, este ângulo torna o olhar do espectador mais preponderante no seu controlo visual (geralmente mais amplo) sobre o objeto. É também um ângulo mais frequente na representação da deputada do PP e com mais amplitude. Algumas destas fotografias de Lacão são apenas ligeiramente picadas.



Figura 7: Público, 4 de fevereiro de 1998

Apesar das suas duas únicas intervenções na sessão de dia 4 de fevereiro de 1998, Assis mereceu destaque fotográfico muito significativo (Fig. 8): ergue-se por entre os seus pares, representado calmamente e de forma séria.

De todas as fotografias do corpus representando deputadas não temos nenhuma que as represente a discursar a partir da sua bancada e merecendo um destaque jornalístico semelhante. Surgem por vezes a discursar a partir do púlpito, mais distantes e também isoladas. Nas bancadas surgem sempre como personagens secundárias ou, quando protagonistas, surgem geralmente sentadas ou, caso das fotografias de Odete Santos, com gestos impetuosos pouco habituais.

Não existe nenhuma imagem como as de Lacão ou Assis. Nem mesmo para o mesmo cargo político. Esta ausência é, para nós, extremamente significativa.



Figura 8: DN, 7 de fevereiro de 1998

Conclusões

A despenalização do aborto constituiu um tema polémico na vida política portuguesa e simultaneamente uma matéria incontornável na discussão dos direitos da mulher, logo, das questões de género. Além disso, este debate atravessou diversos ciclos políticos de 1982 a 2007, ano em que a questão foi submetida a referendo, pela segunda vez, tendo sido votada favoravelmente. O debate deste tema nas arenas política, social e mediática é paralela a uma lenta progressão da participação das mulheres na Assembleia da República, muito modesta quando, em 1982 e 1984, são submetidos os primeiros projetos de lei ao hemiciclo, mais expressiva a partir de 1995, quando se inicia um ciclo socialista de 6 anos e o debate público sobre a IVG atinge o seu auge, com a aprovação tangencial de um projeto de lei mais liberal mas a sua rejeição em referendo. Por outro lado, o PCP e o PS, as forças políticas que submetem as propostas de despenalização, são também aquelas que revelam mais precocemente a preocupação com uma agenda de temas relacionados com os direitos das mulheres e a paridade, em que se inclui a própria representatividade feminina na esfera política.

Apesar do seu maior número na Assembleia, a análise das imagens fotojornalísticas vem sugerir que, mesmo quando o contexto de ação é o espaço público e político, a maioria dos valores mobilizados para as representações visuais situa as mulheres numa posição de subordinação face aos colegas homens, mais tradicional e distanciada da negociação política. Esta situação parece sugerir uma dificuldade de afirmação das mulheres num espaço tradicionalmente masculino, bem como a tendência da imprensa em manter certos estereótipos de género.

O estudo sobre a representação fotográfica das mulheres deputadas portuguesas que apresentámos permite confirmar a sub-representação feminina e a existência de valores de género subjacentes à forma como os media constroem a identidade política dos seus protagonistas – no caso em estudo, dos líderes parlamentares – no contexto da cobertura de um tema em que as mulheres se constituem simultaneamente como sujeitos e objetos de discurso: a IVG. Com efeito, os resultados das análises quantitativa e qualitativa sublinham a divergência entre o au-

mento da representatividade parlamentar das mulheres deputadas e o seu protagonismo “visual” nas notícias publicadas sobre a IVG em três períodos distintos. Não apenas são menos retratadas como o são de forma menos interventiva na ação, logo, menos ligadas aos processos de decisão. No caso particular dos líderes de bancada, isso é especialmente notório pelo facto de a líder feminina, Maria José Nogueira Pinto, ser fotografada muito menos vezes durante as discussões do referendo e mais durante as discussões das propostas de lei, separada do contexto das ações, geralmente isolada na imagem ou numa posição de objeto mais do que de sujeito da ação. Em grande parte das imagens, a líder de bancada do CDS surge integrada numa estrutura narrativa que a conota como portadora de atributos essencialmente femininos (serenidade, beleza, tranquilidade...), logo, mais distantes dos atributos de liderança, essencialmente masculinos (assertividade, combatividade, seriedade, poder...). Sublinhe-se que a menor presença conjugada com a forma menos interpelativa de representar as deputadas não acontece nem por falta de intervenção parlamentar efetiva das deputadas nem por falta de combatividade. Este atributo surge quase sempre de forma a desvalorizá-las ou a tornar ambígua a sua intervenção.

A sub-representação feminina nos media tem sido, nos últimos anos, aferida por estudos que indicam uma tendência para descrever as mulheres – à semelhança de outros grupos minoritários – de forma estereotipada e limitada (Hooghe and Swert, 2009). Relegadas para segundo plano nos espaços noticiosos, elas são geralmente associadas a tópicos tradicionalmente femininos e mais soft, como as questões familiares, a educação ou até a cultura, ficando arredadas de temas mais “sérios”, como a lei, as finanças, a economia ou a política (Craft and Wanta, 2004; Pinto-Coelho, 2005). Como afirma Gaye Tuchman (2009: 22), “os media contemporâneos continuam a tomar parte na aniquilação simbólica das mulheres”.

Diz ela que “O padrão de cobertura jornalística sobre as mulheres políticas e sobre os movimentos sociais centrados em matérias relacionadas com mulheres torna visível o facto de apenas um escasso número de profissionais dos media noticiosos considerar a participação das mulheres como pertinente para a política” (idem).

Mais do que uma decisão editorial tomada de acordo com os habituais padrões de seleção noticiosa – já por si reveladores de uma ideologia dominante sobre os modos de representação do mundo –, essa atitude revela uma dissonância entre a realidade social e a realidade mediada, neste caso, pelo jornalismo, pondo em causa o dever de verdade, equilíbrio e exatidão em que se fundam os valores dos seus profissionais.

Na realidade, a presença e a intervenção feminina em campos profissionais e espaços de poder tradicionalmente considerados domínios masculinos são visíveis e crescentes, inclusive no campo político – talvez o mais seletivo e idiossincrático nos seus modelos de acesso, tendo em conta a visibilidade imposta aos seus agentes. A escassez de visibilidade mediática oferecida às mulheres é entendida por alguns investigadores como um reflexo da contradição aparente entre o discurso tradicional de género – que as opõe à política – e a intrusão nesse espaço dominado por valores masculinos. Annabelle Sreberny e Liesbert van Zoonen (2000) sublinham o profundo envolvimento das media nesse processo de definição e enquadramento, ao representarem e renovarem o contraste entre a política e o feminino, tanto na cultura popular como em peças sobre política.

Esta dissociação entre os valores da feminilidade e os da liderança, além de constituir um entrave à realização da paridade de género, impedindo as mulheres a cumprir o duplo – e contraditório – papel de mulheres e profissionais da política (Paxton e Hughes, 2007), abre caminho ao reforço dos estereótipos de representação da liderança no feminino como um lugar “estranho”.

Para além desta valorização crescente do fotojornalismo no que se refere aos modos de representação de género, o nosso estudo põe em evidência o papel ideológico do fotojornalismo na naturalização dos valores que dissociam as mulheres do espaço público político, tornando este um lugar socialmente estranho para elas, embora racionalmente aceite como um lugar de direito, aspecto este que parece gerar consenso generalizado.

Bibliografia

- ALVES, M., SANTOS, A., BARRADAS, C., DUARTE, M. (2009). “A despenalização do aborto em Portugal – discursos, dinâmicas e acção colectiva: os referendos de 1998 e 2007”. Oficina, n.º 320. CES
- ARNHEIM, R. (1997). Arte e Percepção Visual. São Paulo: Pioneira Editora (12ª edição) (original: Art and Visual Perception, a new version, 1954, 1974, Regents of the University of California).
- BARTHES, R. (1980). A Câmara Clara. Lisboa: Edições 70, Colecção Arte e Comunicação.
- BARTHES, R. (1984). O Óbvio e o Obtuso. Lisboa: Edições 70.
- BAUM, M., ESPÍRITO-SANTO, A. (2009). “As causas para a adopção da lei da paridade em Portugal”, in Freire, A., Viegas, José Manuel Leite (org.), Representação Política. O Caso Português em Perspectiva Comparada. Lisboa: Sextante Editora, pp. 375-414.
- BERGER, P. (1980). Modos de Ver. Lisboa: Edições 70.
- BETTENCOURT, A., PEREIRA, M. (coord.) (1995). Mulheres Políticas – As Suas Causas. Lisboa: Quetzal Editores.
- CRAFT, S.; WAYNE, W. (2004). “Women in the Newsroom: Influences of Female Editors and Reporters on the News Agenda”. Journalism and Mass Communication Quarterly, 81(1), 124-138.
- FREIRE, A. (Ed) (2007). Sociedade Civil, Democracia Participativa e Poder político. Lisboa: Fundação Friedrich Ebert.
- FREIRE, A. (2003), “Recrutamento parlamentar e reforma das instituições”, in Costa Pinto, A., Freire, A. (org.), Elites, Sociedade e Mudança Política. Oeiras: Celta Editora, pp. 181-216.
- FREIRE, A. e BAUM, M. (2001). “Partidos políticos, movimentos de cidadãos e referendos em Portugal: os casos do aborto e da regionalização”. Análise Social, vol. XXXVI (158-159), pp. 9-41.
- GOFFMAN, E. (1993), A apresentação do eu na vida de todos os dias.

Lisboa: Relógio d'Água.

HOOGHE, M. e KNUT, D. (2009). "Gender Model or Job Model? Putting the Presence of Female News Sources in Belgian Television News Broadcasts (2003-2007) in Perspective". In *Media Report to Women*, 37(1), pp. 13-21. [online]. http://www.nieuwsarchief.be/docs/Gender_Model_or_Job_Model.pdf

HUMM, M. (1997). *Feminism and Film*. Edinburgh University Press and Indiana University Press.

KRESS, G; VAN LEEUWEN, D. (2006). *Reading Images. The grammar of Visual Design*, Routledge, 2nd edition (first edition 1996).

MARTINS, M., TEIXEIRA, C. (2005). *O Funcionamento dos partidos e a participação das mulheres na vida política e partidária em Portugal*, Comissão para a Igualdade e para os Direitos das Mulheres. Lisboa: PCM.

MEDITSCH, E. (2002). "O jornalismo é uma forma de conhecimento?", *Media e Jornalismo*, nº1, Vol. 1, 9-22.

MONTEIRO, R. (2010). *A emergência do feminino em Portugal*, CIG, Presidência do Conselho de Ministros. <http://195.23.38.178/cig/portal-cig/bo/documentos/Programaw.pdf>.

MULVEY, L. (1989). *Visual and other pleasures*. Indiana: Indiana University Press.

NOCHLIN, L. (1999). *Representing Women*. Thames and Hudson.

OFFEN, K. (2000). *European Feminisms, 1700-1950: A Political History*. Stanford: Stanford University Press.

PANOFSKY, E. (1925). *A perspectiva como forma simbólica*. Lisboa: Edições 70 (Die perspektive als "symbolische Form").

PAXTON, P.; HUGHES, M. (2007). *Women, Politics and Power. A Global Perspective*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: Pine Forge Press/ Sage.

PINTO COELHO, Z.; MOTA-RIBEIRO, S. (2005). "O acesso das mu-

lheres ao discurso da imprensa portuguesa”. Livro de Actas do 4º SOP-COM, Aveiro, pp.1941-1951.

ROSS, K., SREBERNY, A. (2000). “Women in the House: Media Representations of British Politicians”, in Sreberny, Annabelle, van Zoonen, Liesbet (ed), Gender, Politics and Communication. Cresskill, New Jersey: Hampton Press, Inc., pp. 79-100.

SILVEIRINHA, M. (2004). Os Media e as Mulheres. Lisboa: Livros Horizonte.

SILVEIRINHA, M. (2009). “Género, Media e Espaço Público”. Media & Jornalismo, 15 (8) nº2, Outono/Inverno.

SREBERNY, A; VAN ZOONEN, L. (eds.) (2000). Gender, Politics and Communication. Cresskill, New Jersey: Hampton Press, Inc.

SOLOMON-GODEAU, A. (1997). Male Trouble. A Crisis in Representation. Thames and Hudson.

TAVARES, M. (2010). Femininos Percursos e Desafios (1947-2007). Lisboa: Texto Editores.

TAVARES, M. (2003). Aborto e contraceção em Portugal. Lisboa: Livros Horizonte.

TRAQUINA, N. (2002). Jornalismo. Lisboa: Quimera Editores.

TRAQUINA, N. (Org). (1999). Jornalismo: questões, teorias e “estórias”, 2. ed. Lisboa: Vega.

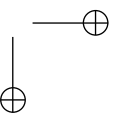
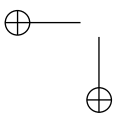
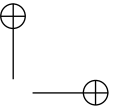
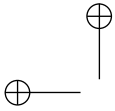
TUCHMAN, G. (2009) “Media, género, nichos”, in SILVEIRINHA, M. (ed.). “Género, Media e Espaço Público”. Media & Jornalismo, 15 (8) nº2, Outono/Inverno, pp.15-24.

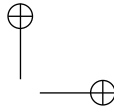
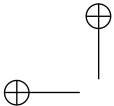
VAN LEEUWEN, D.; JEWITT, C. (ed.) (2001). Handbook of Visual Analysis. Dage Publications.

VICENTE, A. (1997). 20 anos ao Serviço da Igualdade, Presidência do Conselho de Ministros. Alto-comissário para as Questões da Igualdade e da Família, Comissão para a Igualdade e para os Direitos da Mulher.

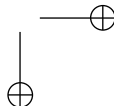
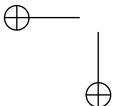
VIEGAS, J. e FARIA, S. (2001 [1999]). *As Mulheres na Política*. Lisboa: Celta.

WOLF, M. (1987). *Teorias da comunicação*. Lisboa: Editorial Presença.





CAPÍTULO 8



O Dia Mundial da Sida de 2011. Revisitando Elementos para uma Teoria da Notícia

Cristina Ponte, Marisa Torres da Silva e Vanda Calado

Em 1982, uma breve, *Cancro entre homossexuais*, aparecia numa secção de *fait-divers*¹ no circunspecto *Diário de Notícias*. Assim se marcava que essa nova e estranha patologia dizia respeito não só a *outras notícias*, fora dos parâmetros das *hard news*, mas que era também um problema dos que transgrediam a ordem sexual dominante. Um ano depois, as peças ainda eram raras e o estigma continuava, noutra breve: *A peste cor-de-rosa*².

A subida vertiginosa de notícias sobre o VIH-Sida ocorreria em meados dessa década, associada a celebridades, quer como vítimas, como o actor Rock Hudson e o basquetebolista Magic Johnson, quer como activistas na luta contra a sua estigmatização, como Elisabeth Taylor. Por cá, ainda que a morte do cantor António Variações não tivesse passado incólume, as referências ao VIH-Sida eram contidas.

Nesses primeiros anos, as notícias nacionais delineavam fronteiras geográficas do *lá fora*, por contraste com o *cá dentro*. À história da infração sobrepunha-se a *história biomédica*, o belicismo da luta da medicina contra a doença, que tanto alimenta a noticiabilidade dos temas de Saúde.

Na viragem para os anos 1990, a cobertura vira-se para o país, alimen-

¹ *Diário de Notícias*, 5 de Abril de 1982.

² *Diário de Notícias*, 6 de Setembro de 1983.

tada pelo escândalo do sangue contaminado que vitimiza hemofílicos e pelo activismo de vozes e ONG na denúncia da discriminação de que eram alvo os portadores da síndrome; o pico de atenção ocorrerá entre 1991 e 1996. A partir de então, o número de notícias entra em declínio.

Esta síntese decorre da pesquisa sobre a cobertura noticiosa do VIH-Sida (1980-2000), no projeto de investigação coordenado por Nelson Traquina, *Elementos para uma Teoria da Notícia: Análise da Mediação Jornalística portuguesa de um problema social – VIH/Sida*, onde participámos, juntamente com Rogério Santos (2006). Este foi um dos primeiros projetos de investigação financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia sobre o Jornalismo, em Portugal.

Começamos por rever o enquadramento desta pesquisa e os seus resultados globais, traçados por Nelson Traquina. Prosseguimos com um foco nas narrativas jornalísticas do Dia Mundial da Sida (DMS), criado pela Organização Mundial de Saúde, desde que surgiu, em 1988 a 2000, nos dois jornais portugueses analisados, o *Diário de Notícias (DN)* e o *Correio da Manhã*. Com base na atenção ao tratamento desta efeméride em 2011, discutimos que *velhas e novas* histórias pautam esse dia especial e como se ancoram nos fundamentos do estudo crítico do jornalismo.

Enquadramento teórico e leitura global da análise da cobertura noticiosa da Sida

A lente da sociologia do jornalismo, o seu olhar globalizante sobre espaços institucionais e organizacionais, processos de controlo e seleção noticiosa, cultura e valores profissionais (Zelizer, 2004) orienta o enquadramento teórico deste projeto, consonante com a base disciplinar do seu coordenador. À tese de que os jornalistas constituem uma comunidade interpretativa (Zelizer, 1993), Traquina avança com a hipótese de constituírem uma ‘comunidade interpretativa transnacional’, uma tribo jornalística cujos membros partilham valores-notícia e uma cultura profissional. A cobertura jornalística da Sida, por ser um problema que atravessa fronteiras nacionais, permitiria testar a hipótese de o jornalismo ser global.

A partilha de interpretações da realidade decorre pela *aprendizagem*

Livros LabCom

do ofício de jornalista, ligada a *saberes de reconhecimento* (como situar jornalisticamente um evento), *saberes de procedimento* (como desenvolver um tema, que fontes ouvir, que métodos usar, como gerir o tempo) e *saberes de narração* (como apresentar de forma jornalística), sustentam Ericson, Baranek e Chan (1991, pp. 125-133). Traquina (2004) segue esta perspetiva porque envolve os dois poderes fundamentais do campo jornalístico: a seleção dos acontecimentos e a sua construção como notícia. Seguindo a teoria do agendamento, Traquina (2007) defende que o jornalismo tem o poder não só de colocar na agenda pública os tópicos de discussão, mas também, e sobretudo, de os enquadrar de uma maneira que pouco varia pois os jornalistas vêem os acontecimentos através dos mesmos *óculos* (Bourdieu, 1997). Nesta medida, Traquina *et. al* (2007) seguem o argumento de Tuchman (1978) de que o enquadramento jornalístico dos acontecimentos oferece uma certa tipificação da realidade social e, assim, conta uma “estória”.

Com base em várias análises da cobertura jornalística da Sida – 20 anos em dois jornais portugueses, um de referência e um popular (Traquina *et. al*, 2007); três meses em cinco jornais, dos Estados Unidos, Brasil, Espanha e Portugal (Traquina, 2004); seis anos no *Jornal de Angola* (Traquina, 2007) - o autor conclui que, apesar da cobertura jornalística não apresentar sempre os mesmos assuntos nem com a mesma intensidade, os jornalistas contam as mesmas “estórias” sobre a Sida, que se dividem entre a “estória” biomédica – a busca pela novidade – e a “estória” da epidemia – a importância dos dados estatísticos enquanto elemento da rotinização do trabalho jornalístico.

A análise longitudinal da Sida nas notícias provou que estas são dominadas pelas fontes oficiais, sobretudo as médico-científicas, tal como a teoria do agendamento sublinha (Traquina, 2004). Não quer isto dizer que o campo jornalístico se encontre fechado a vozes alternativas, mas sim que estas tendem a ter um papel secundário nas notícias. Para Traquina, esta característica traduz a rotinização do trabalho jornalístico, assim como o seu papel reativo aos acontecimentos e à disponibilidade das suas fontes de informação.

Para o autor, a tribo jornalística partilha também constrangimentos e características idiossincráticas do campo jornalístico, como o fator tem-

po. Assim, o ritmo próprio do trabalho jornalístico e os recursos à disposição dos jornalistas levam a que estes privilegiem os acontecimentos da actualidade em detrimento das problemáticas (Traquina *et al*, 2007).

Contudo, efemérides como o Dia Mundial da Sida justificam a noticiabilidade de um acontecimento que já ocorreu no passado (Traquina *et. al*, 2007). Traquina enquadra as efemérides como acontecimentos de rotina, seguindo a tipologia de Molotch e Lester (1974): eventos pré-anunciados, previamente colocados em agenda e na distribuição de tarefas dentro da redação (Traquina, 2004).

Esta análise testa estes pontos a partir da cobertura do Dia Mundial da Sida nos dois jornais portugueses, com perfis diferenciados. Tratando ambos o mesmo evento pela sua atualidade (saber de reconhecimento), será que os saberes de procedimento e de narração são próximos? Que lugares podem ter aqui fontes não oficiais? E será que a orientação para o acontecimento exclui a presença de problemáticas?

Revisitando a efeméride (1988-2000)

A análise da cobertura jornalística do DMS no *DN* e no *CM*, entre 1988 e 2000 (Traquina *et. al*, 2007, pp. 75-81), revela que a efeméride foi objeto de atenção considerável por parte dos dois jornais: o DMS esteve presente em cerca de 20% do total de peças noticiosas sobre Sida nos meses de Novembro e Dezembro, por vezes com destaque na primeira página. Pela contabilização das peças por ano e por mês constata-se que os meses referidos constituíam períodos de uma maior intensidade de cobertura jornalística sobre o tema. O DMS, enquanto acontecimento de rotina consolidou-se, pois, nas notícias como uma espécie de “catapulta” (Traquina *et. al, ibidem*, p. 81) para os discursos sobre a Sida.

A estas linhas de semelhança opõem-se, contudo, linhas de diferença.

A partir de 1990, o *DN* passa de um domínio claro de fontes oficiais (OMS, Grupo de Trabalho da Sida, etc.) e de informações/enquadramentos por estas veiculados (através de estudos ou de conferências de imprensa) para uma abordagem que evidencia um esforço para dar a conhecer outras perspectivas sobre a doença que não se limitam a dados oficiais. Com efeito, os três primeiros anos de existência do DMS

tinham-se caracterizado por uma cobertura jornalística que incidia quase exclusivamente em estatísticas veiculadas pela OMS ou em conclusões do grupo de trabalho da Sida.

Assim, ainda que a notícia continue a predominar, a presença de géneros jornalísticos como a reportagem e a entrevista, o investimento em enviados especiais para cobrir encontros internacionais (cf. 1994, *DN*, cimeira francesa contra a Sida) ou a abertura a vozes “não-oficiais” denotam um empenho para falar de modo diferente da Sida, neste jornal: procedimentos que implicaram esforço financeiro e formas narrativas que contrariam a mera descrição de factos marcam, assim, a diferença em relação ao jornal popular.

A análise longitudinal revelou ainda que, na década de 1990, iniciativas promovidas pelas organizações não-governamentais, com destaque para a Abraço, tiveram destaque na cobertura da efeméride, em ambos os jornais: o ativismo e o protagonismo de fontes não oficiais influíram no configurar do acontecimento. Sendo um acontecimento promovido pela OMS, com um tema proposto anualmente para todos os países, foi abordado pelos dois jornais portugueses sob uma perspetiva que privilegiou a cobertura de iniciativas, problemas e aspetos relacionados com o país.

Seguindo designações clássicas dos valores-notícia introduzidas por Galtung e Ruge (1965), podemos dizer sobre a cobertura desta efeméride que ao *tempo do acontecimento* se juntam a *significância*, pela proximidade geográfica e o interesse, a *complementaridade* das vozes e a *personalização*. Pelo enquadramento primário introduzido pela OMS, as peças neste Dia diferenciam-se por vezes de valores-notícia associados à Sida, como a *consonância* das grandes histórias ou a *amplitude* do seu *impacto negativo*.

O Dia Mundial da Sida, em 2011

Estamos hoje longe do ambiente de pandemia vivido nos primeiros anos: nos países desenvolvidos, o número de pessoas atingidas não continuou a subir e ter o vírus não significa necessariamente morte a curto prazo ou impossibilidade de realização pessoal. Os valores-notícia da negatividade e do impacto quantitativo tornam-se secundários enquanto

se mantêm os valores jornalísticos da relevância de políticas públicas, do interesse humano e das boas *histórias* do triunfo da ciência.

Consciente de que a redução quantitativa do impacto pode levar a um menor interesse jornalístico pelo tema e porque esta continua a ser uma matéria de saúde marcada pelo estigma, o lema da campanha da OMS para 2011 foi radical: Reduzir a zero (*Getting to zero*) a irradiação das infeções, das mortes e das discriminações.

A análise de conteúdo das peças seguiu a metodologia do trabalho anterior, recolhendo todas as que referissem a Sida, entre 15 de Novembro e 15 de Dezembro de 2011, no *DN* e no *CM*. No entanto, a análise incidiu apenas sobre as peças noticiosas com referência ao DMS ou que surgissem no seu âmbito.

Nesse período, a Sida foi notícia em 24 peças; mais de metade (16) incidiu no DMS (12 no *DN*, 4 no *CM*) e foi publicada entre 30 de Novembro e 2 de Dezembro, num ciclo temporal curto e marcado pela atualidade: o DMS continua a ter um peso substancial na forma como a Sida adquire noticiabilidade.

Este total de peças é semelhante ao contabilizado entre 1988 e 2000 (Traquina *et. al*, 2007: 159); no entanto, nenhum dos itens recolhidos em 2011 foi alvo de destaque na primeira página. Em ambos os jornais estão ausentes a entrevista, o artigo de opinião ou o editorial.

A diferença numérica das peças nos dois jornais ilustra a (continuação da) cobertura mais extensa e destacada por parte do *DN*. A 1 de Dezembro, o jornal dedicou duas páginas ao DMS, par e ímpar, na secção Actual (nas primeiras páginas de interior do jornal), assinadas por uma jornalista, com oito unidades de redação. Ao centro, uma enorme imagem com a mensagem *Mais pessoas sobrevivem ao VIH*: um cordão de dezenas de jovens de etnias diversas a segurar na laçada vermelha que simboliza a solidariedade, e uma infogravura sobre a incidência mundial. Publicou ainda o Suplemento *Dossier Saúde*, dedicado ao DMS, produzido externamente pelo que não foi contabilizado. Dias antes, a 27 de Novembro, tinha sido publicada uma reportagem na *Notícias Magazine* intitulada Ser jovem e VIH+.

Já no *CM* de 1 de Dezembro, o DMS é apenas mencionado em três breves, não assinadas e dispersas pelo jornal, tendo como fontes comu-

nicados de imprensa. Recordando o quanto este jornal noticiou a doença até 1995, em termos quantitativos (Traquina *et. al*, 2007, p. 106) e numa linguagem de dramatização e estigmatização (Ponte, 2004, pp. 68-79), vemos como a noticiabilidade do tema neste jornal popular se ressentia da mudança de paradigma.

O foco dos itens noticiosos sobre o DMS nos dois jornais continuou a ser sobretudo nacional, o que reitera o valor-notícia da proximidade. A categoria “política governamental” foi tema principal em 6 das 16 peças, devido ao anúncio do fecho da Linha Sida, ao fim de vários anos em funcionamento, e à apresentação das metas nacionais para combate à doença (2011-2015); entre outros temas destacam-se as categorias “epidemia” (dados estatísticos sobre a doença – quatro peças) ou “resultados de sondagens” (duas peças).

O peso quantitativo das fontes oficiais (governo, agências governamentais) e de fontes especializadas (médicos e cientistas) é substancial em 2011, protagonizando 10 das 16 peças; organizações não-governamentais protagonizam apenas duas peças noticiosas, de resposta a peças principais (resultados estatísticos e políticas públicas) sem o carácter pró-activo que tiveram nos anos 1990. Por fim, um jovem seropositivo é a figura principal na reportagem da *Notícias Magazine*, a peça mais extensa e a que mais corresponderá ao lema da OMS de sonegar a associação da Sida a uma morte certa e a uma vida sem qualidade. Como no estudo anterior, é a reportagem o género jornalístico mais capaz de se orientar para problemáticas – neste caso, como viver com a síndrome³.

Uma sumária análise discursiva evidencia, por um lado, que a retórica da quantificação continua a predominar nas notícias, suportando-lhe a “teia de facticidade” (Bird e Dardenne, 1988), e que continua perene a referência a *grupos de risco*, ofuscando a de *comportamentos de risco*: ambas são consonantes com a escrita jornalística, que privilegia a quantificação e a generalização.

A leitura das peças evidencia também que as problemáticas são capazes de se configurar em peças descritivas, introduzindo aí a diferença que pode transformar uma matéria factual em tema de conversa e

³ Foi esse também o enfoque da reportagem publicada no DMS no P2 do Público: 35 anos, psicóloga, seropositiva, mãe: Uma vida normal, com destaque de capa.

de discussão. Como escrevia Robert Park (1940, p. 677): “A primeira reação típica de um indivíduo perante as notícias é o desejo de as contar a alguém. Surge a conversa, segue-se o comentário e talvez comece mesmo uma discussão. Uma vez começada a discussão, o evento que se discute depressa deixa de ser a notícia: como a interpretação de um evento difere entre os indivíduos, as discussões passam das notícias para as problemáticas em que se baseiam.”

Vejamos estes pontos nas duas páginas preparadas pelo DN para o DMS.

Enquanto os dados oficiais registam a diminuição no número de portugueses com o vírus, a manchete destaca que aumenta número de infectados nos homossexuais; em articulação, temos um título explicativo, *Mudança de hábitos de consumo de drogas faz diminuir doença entre toxicodependentes*, caracterizados como “um dos grupos mais vulneráveis há dez anos”. Uma breve intitula que *15% dos novos infectados são crianças* – destacando uma minoria etária com elevada carga afetiva. A referência a um estudo sobre formas de transmissão da doença, de uma “empresa biomédica” (nacional? estrangeira?) que apenas inquiriu mulheres, revela que *25% estão mal informadas*, a que se soma o perfil do doente em fase avançada, a carecer de apoio domiciliário (“homens entre os 20 e os 40 anos, sem recursos económicos”).

Homossexuais, toxicodependentes e crianças eram os grupos mais referidos no passado (a que se juntavam as pessoas com hemofilia), numa distinção simbólica entre portadores inocentes e culpados. Juntem-se os *jovens adultos pobres* e as *mulheres* – e temos a alteridade com a norma do ‘leitor tipo’: adulto maduro, sexo masculino, posição económica estável, heterossexual, não consumidor de drogas.

No total das peças, há mais de 50 referências quantitativas, entre números absolutos e percentagens, sobretudo associadas à diminuição de ocorrências, com uma exceção. Associado a esta problemática, um possível tema de conversa será a “fadiga da prevenção”. Outro tema, a longa indefinição de prioridades nas políticas públicas, cerca de um ano, que lança a preocupação por parte de ONG. Problemática transversal e perene é a proximidade com questões sexuais desta matéria de saúde pública, que a distingue de outras epidemias. Daqui que a oposição bi-

nária entre orientação para acontecimento ou orientação para problemática possa nestas notícias escamotear que estamos perante uma matéria sensível, que se presta a narrativas estigmatizantes que se ancoram em problemáticas culturalmente marcadas – e que os “contratos de leitura” (Véron, 1988) apresentados pelos jornais aos seus leitores podem não só divergir como também registar alterações internas.

Por isso, a lente da sociologia do jornalismo beneficia em ser combinada com outras lentes, como propõe Zelizer (2004). Uma delas, a Análise Cultural, dá conta de dinâmicas social e culturalmente ancoradas, com atenção ao contexto e às diferenças no jornalismo.

Park destacava o valor conversacional da notícia, um valor que continua atual. Embora refêns da atualidade e da descrição factual dos acontecimentos, há um potencial nas notícias para que sejam (também) mais do que isso.

Bibliografia

BIRD, E. e R. DARDENNE (1988). Mito, Registo e “Estórias”: Explorando as Qualidades Narrativas das Notícias. In N. Traquina (2003), *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”* (264-277). Lisboa, Veja.

BOURDIEU, P. (1997). *Sobre a Televisão*. Oeiras, Celta.

ERICSON, R. V., P. M. BARANEK, & CHAN, J. (1991). *Representing order: crime, law and justice in the news media*. Toronto: University of Toronto Press.

GALTUNG, J. & M. RUGE (1965). Structuring and Selecting News. In S. Cohen & J. Young (1973), *The Manufacture of News: Social Problems, Deviance and the Mass Media*. (62-72). London, Constable.

MOLOTCH, H., & LESTER, M. (1974). News as Purposive Behaviour. On the Strategic Use of Routine Events, Accidents and Scandals. *American Sociological Review*, 39, 101-112.

PARK, R. E. (1940). News as Form of Knowledge: a Chapter in the Sociology of Knowledge. *The American Journal of Sociology*, 45(5), 669-685.

PONTE, C. (2004). Notícias e silêncios. A cobertura da Sida no Diário de Notícias e no Correio da Manhã (1981-2000). Porto, Porto Editora.

SANTOS, R. (2006). A fonte não quis revelar. Porto, Campo das Letras.

TRAQUINA, N. (2002a). O que é? Jornalismo. Lisboa: Quimera.

TRAQUINA, N. (2002b). “Uma comunidade interpretativa transnacional: A tribo jornalística.” *Media & Jornalismo* 1, 45-64.

TRAQUINA, N. (2004). “A Sida como notícia. Análise de caso sobre a cobertura jornalística da problemática VIH/Sida nos jornais Diário de Notícias e Correio da Manhã.” *Media & Jornalismo* 5, 81-108.

TRAQUINA, N. (2007b), HIV/AIDS as News: A Comparative Case Study Analysis of the Journalistic Coverage of HIV/AIDS by an Angolan Newspaper and Two Portuguese Newspapers. *International Communication Gazette*, 69(4), 355-375.

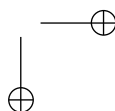
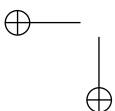
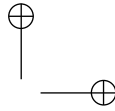
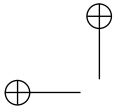
TRAQUINA, N., M. Torres da Silva e V. Calado. (2007). A Problemática da SIDA como Notícia. Lisboa, Livros Horizonte.

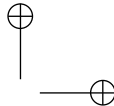
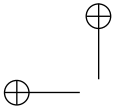
TUCHMAN, G. (1978). Making News. A study in the construction of reality. New York, The Free Press.

VÉRON, E. (1988). Presse écrite et théorie des discours sociaux: production, réception, régulation. In C. Chabrol, P. Charaudeau & A-M Houbedine, Presse: produit, production, reception (11-26). Paris, Didier Érudition.

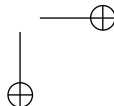
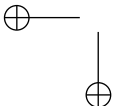
ZELIZER, B. (1993). “Os jornalistas enquanto comunidade interpretativa.” *Comunicação & Linguagens* 27, 33-61.

ZELIZER, B. (2004). Taking Journalism Seriously. Thousand Oaks, Sage.





CAPÍTULO 9



Alguns pressupostos teóricos para uma análise do jornal televisivo

Estrela Serrano

As características do meio televisão fazem do jornal televisivo uma sucessão de sequências de imagem, texto e som cuja análise requer quadros teóricos e modelos empíricos diferentes dos que são usados na análise da imprensa, incluindo nesta a relação entre o texto e a fotografia. O jornal televisivo possui diferenças estruturais relativamente ao jornal impresso. Desde logo, é organizado no tempo enquanto o jornal impresso é organizado no espaço (Weaver, 1975). O jornal televisivo não permite ao telespectador “voltar atrás” ou escolher as notícias que vai ler. É organizado para ser visto como um todo, sem tempo para aprofundar as notícias, funcionando como uma espécie de “abertura” das notícias do jornal e explorando o lado espectacular dos acontecimentos. A espectacularidade de um acontecimento com acção, conflito, ritual, cor, constitui por si só um “valor notícia”. A ênfase no espectáculo tende a fazer do jornalismo televisivo um jornalismo superficial centrado nas imagens. Para além dos critérios de noticiabilidade válidos para o jornalismo em geral, no jornalismo de televisão existem outros específicos deste meio. O “valor” da imagem é um critério condicionante, o que significa que uma boa “estória” sem imagens tem poucas hipóteses de se tornar notícia. O jornalista de televisão será tentado a privilegiar os itens em que tem boas imagens.

O jornal televisivo é um universo onde os discursos se acumulam, se anulam e se apagam. Como consequência, a velocidade da informação

televisiva dificulta a inteligibilidade e desencoraja a procura de sentido.

Autores como Mercier (1996), Griffin (1992), Stein (2001), entre outros, têm salientado a importância da análise da informação televisiva tendo em vista uma melhor compreensão das relações entre imagem, texto e som. A análise da informação televisiva pressupõe uma categorização adequada às características idiossincráticas da televisão que se afasta na sua essência do postulado objectivista, orientando-se para uma interpretação do sentido, em função do contexto de enunciação, como defendem Veron (1983), Mercier (1996), Charaudeau (1997), Deacon et. al. (1998), Jost (1999), Godinho, (2005), Serrano (2006).

Nos EUA, Wojcieszak (2009) analisou a interação entre mensagens icónicas (visuais), elementos textuais e mensagens sonoras (voiceover) nos canais norte-americanos CNN, MSNBC e FOX News na cobertura dos ataques ao World Trade Center, em Setembro de 2001, e do furacão Katrina, na Florida, Louisiana, e Mississippi, no Verão de 2005. Em França, Mercier (1996: 303) estudou as lógicas de tratamento da informação política no jornal televisivo, tendo constatado, entre outros aspectos, que o jornal televisivo surge como um lugar de reprodução de valores dominantes. Em Portugal, Serrano (2006, 2007, 2010) analisou a relação entre as imagens visuais e os elementos textuais e sonoros na cobertura de eleições presidenciais nos canais generalistas de expansão nacional, RTP, SIC e TVI, tendo constatado o reduzido valor informativo das imagens visuais e o predomínio de uma narrativa construída em torno de casos e polémicas empolados artificialmente.

Neste artigo discutem-se alguns pressupostos teóricos e ensaiam-se categorias analíticas para o estudo da interação entre três dimensões da informação televisiva: imagens, mensagens linguísticas no ecrã e som (discurso áudio).

Em geral, a análise da informação televisiva incide essencialmente no discurso verbal através da “decomposição” das peças, sem todavia o “desligar” dos aspectos visuais. Contudo, o olhar sobre as imagens é inteiro e as informações visuais não se separam facilmente em percepções e interpretações.

É preciso desconfiar, afirma Daniel Dayan (2002; 2004) de dois grandes mitos sobre a televisão que conduzem a uma equação simplista: ter

imagens é ter informação, não ter imagens é não ter informação. O primeiro mito afirma que a televisão é imagem; o segundo que a imagem é informação. Para Dayan, as duas proposições *podem* ser verdadeiras mas, muitas vezes, tanto uma como outra se mostram falsas, porque a informação fornecida pela imagem não se revela senão numa segunda leitura, relevando do “paradigma do índice”. Tal como os enunciados verbais que, longe de se reduzirem a um conteúdo linguístico se constituem, também, em actos de palavra, as imagens de televisão não se reduzem a um conteúdo informacional. Manifestam, também, *actos de olhar*, *actos de exibição* (Dayan, 2002: 29). Para este autor, a televisão é feita de imagens mas são na sua maioria imagens de palavra, imagens onde se vêem pessoas a falar, das quais podemos perscrutar as expressões, observar o vestuário, notar os tiques (2004: 118). Na informação televisiva “vemos o apresentador mas a falar connosco”, diz, por seu turno, Veron (1983: 98). No interior desse fluxo de palavras existem imagens das notícias que surgem ou como ilustrações ou, mais raramente, como provas. São redundantes, confirmativas, constituindo-se como marcas de autenticidade e “efeitos de real”.

Dayan (2004: 118) afirma que a televisão se define, em primeiro lugar, pelos seus fluxos de palavra. Mas a palavra que invoca a imagem pode, também, dispensar a imagem, neutralizá-la, negar o seu conteúdo, substituir-lhe outro conteúdo, fazê-la dizer não somente o que ela não diz mas o contrário do que ela diz.

A imagem televisiva não é portadora de um sentido unívoco que uma “boa leitura” possa elucidar e que faria do semiólogo o único detentor da interpretação legítima. É no olhar de cada um e no confronto com outro olhar que a imagem toma sentido. Mas a imagem fornece apenas uma parte do sentido, não podendo ser considerada como um universo fechado, isento de interpretação. A imagem televisiva é, por essência, polissémica e não adquire sentido senão através da interpretação. O jornal televisivo oferece, pois, uma pluralidade de interpretações (Mercier, 1976:145).

Entre as características da televisão, Hartley (1996: 43) chama a atenção para o facto de o jornalismo televisivo ser produzido, em primeiro lugar, para “apresentação” e “visualização”. A forma de apresentação é o elemento essencial na produção da informação televisiva. Todo o jorna-

lismo televisivo é produzido, segundo o autor, a pensar no telespectador. O conhecimento produzido pela televisão é articulado condiciona a selecção da informação que vai ser investigada.

Categorias analíticas para uma análise qualitativa do telejornal

A análise das notícias televisivas passa por certas descodificações obrigatórias, uma vez que a imagem televisiva é mais difícil de analisar que a imagem fixa, por várias razões: i) em primeiro lugar, não se está perante uma imagem mas por um fluxo de imagens em movimento; ii) em segundo lugar, em televisão, a esse fluxo de imagens junta-se o som/áudio, isto é, a música, os ruídos, os discursos; iii) em terceiro lugar, há cada vez mais imagens dentro das imagens, como incrustações, mensagens linguísticas (textos) no ecrã, logotipos e outras imagens electrónicas, que o sobrecarregam. Todos estes elementos são portadores de um significado mais ou menos forte, fazendo da imagem televisiva um suporte saturado de sentido. O risco de perda do sentido na massa das informações é, por isso, grande.

Uma análise da informação televisiva nas suas três dimensões – imagens, mensagens linguísticas no ecrã e som/áudio – requer o recurso a categorias que permitam perceber a relação entre esses elementos.

Neste artigo propõem-se seis categorias para análise da relação entre esses três elementos, as quais, embora distintas não se excluem mutuamente: i) *referencialização*; ii) *predomínio do áudio*; iii) *reforço mútuo*; iv); *contextualização*; v) *contradição*; vi) *simbolismo*. Através delas tenta-se perceber que relação se estabelece entre as imagens visuais e os elementos verbais (banda sonora/áudio) e que padrões resultam dessa articulação. Para o efeito, consideram-se elementos constitutivos do jornal televisivo, as *imagens visuais* (abrangendo cenários, fotografias, personagens, logotipos, mensagens linguísticas inscritas no ecrã) e os *sons/áudio* (abrangendo voz *off*, música, discurso, ruído). Partindo das categorias enunciadas, procura-se defini-las de modo a servirem de orientação para o investigador na busca das relações entre os elementos, e do sentido que eles imprimem à mensagem veiculada. Trata-se de uma análise qualitativa, adequada a estudos de caso e “amostras de conveniência”,

com um objectivo essencialmente exploratório.

a) Referencialização fraca ou nula

No seu estudo sobre a primeira página de jornais britânicos e alemães, Kress e van Leeuwen (1999: 186) consideram que o layout envolve, simultaneamente, três sistemas de significação que estruturam o texto, trazendo à página elementos vários (fotografias, títulos, blocos de texto) que, em conjunto, a transformam num todo coerente e significativo: o valor informativo, a saliência e o enquadramento.

Na informação televisiva é também a relação entre as imagens visuais e o discurso verbal/áudio que confere sentido e coerência à mensagem mesmo quando um dos elementos ganha preponderância sobre os outros. Tal como um título de um quadro ou a legenda de uma fotografia, em televisão o áudio predomina muitas vezes sobre o visual. Uma *referencialização fraca* verifica-se quando as imagens visuais possuem apenas um *fraco valor informativo* ou são tautológicas. Trata-se de imagens que acrescentam pouco valor informativo à informação verbal. São escolhidas de entre sequências filmadas, para “pintar” o texto (Mercier (1997); Godinho, 2005). Por seu turno, a categoria *referencialização nula* identifica as situações em que imagens não possuem qualquer valor informativo sendo apresentadas sem justaposição de outras que limitem a sua polissemia, como logotipos, mensagens linguísticas no ecrã ou oráculo, ganhando sentido e valor jornalístico apenas através da narrativa verbal (áudio).

Em grande número de casos torna-se difícil distinguir, na relação entre imagens visuais e elementos áudio uma *fraca referencialização* de uma *referencialização nula*.

Na figura 1, a imagem presta-se a várias interpretações e é o elemento áudio que lhe confere sentido.

A imagem de D. Sebastião possui um valor informativo nulo (*referencialização nula*). É o discurso áudio (voz *off*) que a descodifica e lhe dá sentido à imagem. Diz a voz *off* do repórter: “Debaixo do olhar espantado de D. Sebastião...”. A sequência das imagens e do discurso áudio referem-se ao “espanto” dos habitantes da cidade de Lagos (Portugal) quando se apercebem que os candidatos à eleição presidencial se cruzaram no

local onde se encontra a estátua. Na ausência de qualquer mensagem linguística no ecrã que estabeleça conotação com a imagem, apenas o discurso áudio reduz a sua polissemia.



Figura 1: RTP1, 1996, Campanha eleitoral para a eleição do Presidente da República
Referencialização nula



Figura 2: Lisboa, 2011, manifestação da “Geração à rasca”
Referencialização fraca

A imagem da figura 2, de duas jovens segurando um quadro de escola com a frase “FIM DA INÉRCIA” é susceptível de várias leituras. Contudo, a presença de uma mensagem linguística no quadro ostentado pelas jovens acrescenta sentido, embora o seu valor informativo seja fraco. É também o discurso áudio que lhe dá sentido, remetendo para a manifestação da “geração à rasca”, um movimento de protesto de jovens convocado a partir do Facebook para protestar contra o desemprego jovem e a austeridade, motivados pela crise que atingiu Portugal e a Europa. A inexistência de outros elementos visuais – mensagens linguísticas no ecrã, logotipos ou oráculo – dificulta a apreensão do significado da imagem e da mensagem linguística inscrita no quadro. O discurso áudio reduz nesta imagem a polissemia da imagem visual. Está-se neste caso perante uma imagem com fraca referencialização.

b) Mensagens linguísticas no écran servem de guia – Aquisição de sentido através do som/áudio

Na figura 3, o ecrã está “povoado” de imagens e são as mensagens linguísticas nele inscritas que orientam a “leitura”. Um oráculo a duas cores estabelece a conexão com o ante-título referencial e o título informativo do jornal impresso. Anuncia “presidenciais”, enquadrando o tema em foco, e acrescenta uma informação que se mantém fixa enquanto a apresentadora introduz a peça. No canto direito do ecrã surgem imagens visuais e linguísticas que funcionam como um “índice temporal” da emissão – *agora* (as presidenciais) *a seguir* (o logotipo com a bandeira de Israel, indiciando notícias do Médio Oriente) e *depois* (o logotipo do Benfica, remetendo para notícias do desporto) guiando para as mensagens seguintes. A imagem correspondente ao “agora” é sublinhada por uma iluminação mais intensa. Os elementos visuais no ecrã e o discurso áudio interagem orientando a interpretação. Apesar da proliferação de imagens linguísticas, é o discurso da apresentadora que as torna inteligíveis, estabelecendo a relação entre a imagem do protagonista na imagem iluminada à direita no ecrã e o texto da barra amarela, na parte inferior do mesmo.



Figura 3: TVI, 2001, Campanha eleitoral para a eleição do Presidente da República
Mensagens no ecrã guiam para novas leituras, reduzindo a polissemia da imagem

c) Reforço (imagens e som reforçam-se mutuamente)

A categoria *reforço* define a situação em que um dos elementos – imagem, mensagens linguísticas no ecrã, ou discurso áudio - reforça ou amplifica a informação contida noutro ou noutros, orientando a leitura.

Nas figuras 4 e 5, as mensagens linguísticas inscritas no ecrã reforçam, completam e dão sentido à imagem. Na primeira, a imagem do gelo exibida isoladamente possuiria uma fraca referencialização. O texto no ecrã dramatiza a imagem do gelo e dá força à mensagem áudio. A barra móvel (Desporto...) na figura 4 surge como um elemento estranho, introduzindo dispersão na apreensão da mensagem.

Na figura 5, a justaposição da imagem do protagonista e a inscrição das suas palavras no ecrã revelam que ele está ser entrevistado e reforçam o som do seu próprio discurso. O ecrã fraccionado acrescenta valor informativo às imagens dos incidentes na Quinta da Fonte, em Loures, que em sequências anteriores surgem referenciadas em mensagem escrita no ecrã com a frase: “vídeo amador”. Essa referência funciona simultaneamente como justificação para a fraca qualidade técnica dessas imagens.

Livros LabCom

Em ambas as figuras, o discurso áudio reforça a informação fornecida pelas imagens visuais sendo nestas que fundamentalmente residem a força e o sentido da mensagem.



Figura 4: RTP1, 2012 Vaga de frio

Mensagens linguísticas no ecrã reforçam-se mutuamente



Figura 5: SIC, 11 de Julho de 2008, incidentes na Quinta da Fonte

Justaposição de mensagens linguísticas e áudio reforçam-se e reduzem a polissemia

d) Contextualização

Tal como no jornal impresso a fotografia nem sempre está relacionada com o texto a que reporta, também no jornal televisivo as imagens podem não ter nada a ver com a informação que pretendem transmitir, requerendo informação de contexto para poderem ser interpretadas e apreendidas pelos telespectadores. A categoria contextualização identifica as situações em que são fundamentalmente as mensagens linguísticas no ecrã que fornecem contexto e sentido à informação.

Na figura 6, vemos as primeiras imagens do ataque a Bagdad que marcou o início da Guerra do Golfo, em 2008. São imagens de enorme ambiguidade se não tivessem sido acompanhadas de mensagens linguísticas no ecrã continuamente actualizadas com informação disponibilizada pelas autoridades. Trata-se de um exemplo em que o discurso áudio é substituído por mensagens linguísticas inscritas no ecrã e por texto passando em rodapé com informações sobre o destino de Saddam Hussein e dos seus filhos, fornecendo o contexto dos ataques. Ao contrário das mensagens móveis da figura 4, que não possuem relação com as restantes mensagens visuais e sonoras, aqui as mensagens incluídas na barra móvel do ecrã dão sentido às imagens do ataque, reduzindo a sua polissemia. É no dramatismo e na espectacularidade das imagens, e nas mensagens linguísticas no ecrã que as contextualizam, que a informação ganha sentido.



Figura 6: 2008, CNN Ataque a Bagdad (Iraque).
Contextualização

e) Contradição

Existem casos em que as imagens e o discurso áudio se desencontram ou mesmo se contradizem. Durante os distúrbios em Atenas, em 2012, por ocasião da aprovação pelo Parlamento grego das medidas de austeridade impostas pelas entidades internacionais, os relatos áudio dos distúrbios e as mensagens linguísticas no ecrã não coincidiam em alguns planos. Enquanto o oráculo fala de “violência em Atenas”, as imagens da praça Syntagma, frente ao Parlamento, e das ruas vizinhas abrangidas pelas câmaras da televisão, encontram-se calmas e quase vazias. A categoria *contradição* identifica situações deste tipo, em que um dos elementos – imagens visuais ou discurso áudio – contradiz, retira ou diminui o sentido de outro ou de outros elementos.



Figura 7: RTP, Fevereiro de 2012: incidentes em Atenas
Contradição: a imagem contradiz ou atenua a mensagem linguística e o discurso áudio

f) Simbolismo

A categoria *simbolismo* é usada por Wojcieszak (2009) no seu estudo sobre a cobertura dos atentados de 11 de Setembro em Nova York para identificar situações em que mensagens linguísticas em forma de *slogan*, inscritas no ecrã, ganham primazia sobre o discurso áudio, impondo um enquadramento à mensagem. A frase “AMERICA UNDER ATTACK” inscrita no écran em letras maiúsculas e em dimensão superior às restantes mensagens linguísticas constitui-se como referência dramática de alcance nacional que une o povo americano na tragédia que atingiu o país. Essa mensagem – *slogan* manteve-se como título referencial que acompanhou a cobertura dos ataques. A carga simbólica desse *slogan* sobrepôs-se ao discurso áudio. A mesma categoria analítica pode aplicar-se nas imagens dos bombardeamentos americanos a Bagdad operação então referenciada como “Shok and Wave”.



Figura 8: Nova York, 11 de Setembro de 2001
Simbolismo

Discussão

Este artigo pretende constituir um contributo para uma análise das relações que se estabelecem entre os elementos que compõem um jornal televisivo: as imagens visuais – mensagens linguísticas inscritas no ecrã, logotipos, oráculos, rodapés – e as mensagens áudio – discursos, sons, ruídos. Em quase todas as imagens que neste artigo servem de exemplificação na aplicação das categorias propostas está presente a maior parte desses elementos. É porém na relação que se estabelece entre eles, no modo como se reforçam, contradizem, anulam ou completam que se pode encontrar o sentido da mensagem veiculada. As categorias identificadas neste artigo constituem um caminho possível para uma análise metodologicamente controlada da relação entre os elementos constitutivos do jornal televisivo.

Em trabalhos anteriores, a autora realizou análises diacrónicas ao conteúdo da informação televisiva, cobrindo períodos alargados, com o objectivo de identificar tendências nas temáticas, enquadramentos, protagonistas, fontes, na cobertura de campanhas eleitorais. A complementar essa análise, a autora ensaiou uma análise comparativa de tipo qualitativo numa amostra de conveniência, centrando-se apenas num acto eleitoral, procurando identificar na cobertura televisiva lógicas de funcionamento do jornalismo televisivo.

No presente artigo propõe-se uma abordagem diferente, que não pretende já centrar-se num tema ou num período temporal mas antes *na procura de categorias analíticas susceptíveis de enquadrarem e sistematizarem os modos, como na informação televisiva, as imagens e os sons se articulam e dão sentido às mensagens*. Baseada nos autores referenciados ao longo do texto, procura-se uma análise da *relação entre os elementos do jornal televisivo* e não a análise de cada um de *per si*. Trata-se de um texto exploratório que deve ser aprofundado e testado.

Bibliografia

CHARAUDEAU, P. (1997). Le discours d'information médiatique. Nathan.

DAYAN, D. (2002). “Réagir”, Dossiers de l’audiovisuel, Paris, INA, Juillet-Août, pp. 26-35

DAYAN, D. (2004). “A fabricação televisiva dos monstros no Mediterrâneo”, *Media & Jornalismo*, 5, nº. 3, pp. 109-122

DEACON, D., PICKERING, M., GOLDING, P. e MURDOCK, G. (1998). *Researching Communications*. London: Arnold.

GODINHO, J. (2005). *Genealogias da Reportagem, do conceito de reportagem ao caso Grande Reportagem, (1981-1984)*, tese de doutoramento, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, Abril de 2005.

GRIFFIN, M. (1992). Looking at TV news: Strategy for research, *Communication*, 13, pp. 121-41.

HARTLEY, J. (1996). *Popular Reality: Journalism, Modernity, Popular Culture*. London: Arnold.

JOST, F. (1999). *Introduction à L’Analyse de la Télévision*. Paris: Ellipses.

KRESS, G. e VAN LEEUWEN, T. (1999). “Front Pages: (The critical) Analysis of Newspaper Layout”, Allan Bell e Peter Garrett (eds.) *Approches to Media Discourse*. Oxford: Blackwell Publishers.

MERCIER, A. (1996). *Le Journal Télévisé*. Paris: Presses de Sciences Politiques.

SERRANO, E. (2002). “Presidenciais 2001: temas e vozes da campanha eleitoral”. *Media & Jornalismo*, 1, Coimbra: Ed.Minerva.

SERRANO, E. (2007). “Padrões Jornalísticos na cobertura de eleições presidenciais”, *Jornalismo e Democracia* (Isabel Ferin, coord.). Lisboa: Paulus.

SERRANO, E. (2006). *Jornalismo Político em Portugal*, Instituto Politécnico de Lisboa. Lisboa: Colibri.

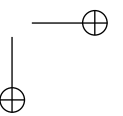
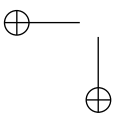
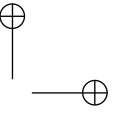
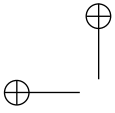
SERRANO, E. (2010). “A Campanha Presidencial de 2001 na televisão revisitada”, Pesquisa sobre o Jornalismo Português: O Passado e o Presente (Nelson Traquina, org.). Lisboa: Livros Horizonte.

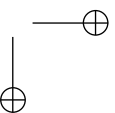
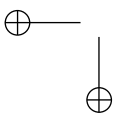
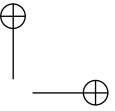
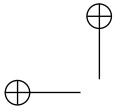
STEIN, S.R. (2001). “Legitimizing TV journalism in 60 Minutes: The implications of subordinating the visual to the primacy of the word”. *Critical Studies in Media Communication*, 18, pp. 249-69.

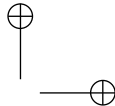
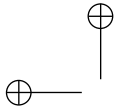
VERON, E. (1983). “Il est là, je le vois, il me parle”. *Communications*, n°. 38. Paris: Seuil, pp. 98-120.

WEAVER, P. (1975). “Newspaper News and Television News”, D. Cater and R. Adler (eds), *Television as Social Force*. New York: Praeger.

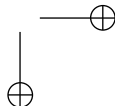
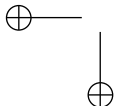
WOJCIESZAK, D. (2009). “Three Dimensionality Taxonomy of Iconic, Linguistic, and Audio Messages in Television News”, *Television & New Media*, vol. 10, 6, pp. 459-481: Sage Publications.







CAPÍTULO 10



Das crises aos desafios do Jornalismo na era pós-Wikileaks

Francisco Rui Cádima

«O campo jornalístico é, cada vez mais (...),
uma arena de disputa entre todos
os membros da sociedade»
Nelson Traquina

A pesar da significativa sequência de *leaks* lançados ao longo de 2010 pelo *site* fundado por Julian Assange, a verdade é que só no final desse ano, após a revelação dos *cables* diplomáticos, a Wikileaks se transformou, de certo modo, no centro da agenda mediática em todo o mundo.

A Wikileaks tornou-se assim, nessa altura, num fenómeno global incontornável. Em acréscimo, introduzia no debate novas questões como, por exemplo, a crise do jornalismo e do sistema de *media* face à informação pós-mediática e à *peer production*, a questão do segredo e da transparência na era da reprodutibilidade instantânea, o problema das acessibilidades, literacias e liberdades da Net face a novas dimensões do «efeito Streisand», a questão das excrescências da informação face à raridade dos enunciados, etc. Outras questões prendiam-se com a legitimidade de se colocar na Internet informação reservada, ou mesmo secreta, o dever ético e deontológico dos jornalistas em abordarem essas matérias, que nalguns casos constituem segredo de Estado, reflexões entre a Política fechada e a Internet aberta, ou ainda os novos digital divide no contexto da nova cultura colaborativa.

Para a história ficava o dia 28 de novembro de 2010. O *La Repubblica*¹, de Roma, dizia mesmo que doravante se daria uma viragem no âmbito da informação e esse dia iria ficar na História como aquele em que tudo mudou a partir da Internet, dado que todos os jornais envolvidos nestas *disclosures* começaram por divulgar a informação nos seus *sites*. O que significa que estamos, efetivamente, numa nova era. Desde logo porque, segundo, Massimo Razzi, «os “documentos” servem, em primeiro lugar, para mostrar que o rei vai nu», depois, porque «pela primeira vez, os cidadãos tiveram acesso a um tipo de segredo que a História só lhes daria no tempo e no modo escolhidos pelos governos», finalmente porque «foi o dia em que estes mesmos cidadãos tiveram, pela primeira vez, a possibilidade de dissecar inúmeros desenvolvimentos recentes e distinguir entre a verdade e as mentiras no discurso dos “poderosos”»².

Para a *Economist*³, a divulgação de 28 de Novembro teve, como primeira consequência, a reescrita das regras da diplomacia, ainda que muitas das bisbilhotices denunciadas pelos *cables* soem àquilo a que na peça se chama o «desperdício do dinheiro dos contribuintes». Segundo a publicação, o conteúdo das informações é, no fundo, menos importante do que a forma como são reveladas. O facto é que para a *Economist*, os danos colaterais emergentes das *disclosures* de 2010 são contrários aos princípios que nortearam a fundação da WikiLeaks porque se concentraram quase em exclusivo em segredos do Governo norte-americano e, também, por abrirem o flanco, por exemplo, em relação ao Afeganistão, dando informações novas aos talibãs. Assange, por seu lado, pretendia dizer que a grande preocupação dos governos face aos *cables* tinha a ver com a sua determinação em ocultar provas das violações de direitos humanos e outros comportamentos graves ou mesmo criminosos, daí que ele defenda as denúncias como uma espécie de «guerra global» contra esse género de abusos. Mas a *Economist*, em tom crítico, considera que a sua ação ou «missão messiânica», atrai todo o género de apoiantes: «Desde os idealistas aos anti-americanos, sem esquecer os fãs das teo-

¹ Massimo Razzi, «28 de Novembro de 2010: um dia histórico», *La Repubblica*, 28.11.2010, publicado no *Courrier International* de Janeiro de 2011, p. 46.

² Op., cit., p. 46.

³ «Telegramas revelados», *The Economist*, 2.12.2010. Utilizada a versão portuguesa, publicada no *Courrier International* nº 179, de Janeiro de 2011, pp. 48-49.

rias da conspiração e todos aqueles para quem a utilização da criptografia, para despistar as autoridades, é um fim em si mesmo. O resultado é um evasivo inimigo virtual, com muitos amigos, mas sem sedes que possam ser invadidas pela polícia, nem bens que possam ser congelados»⁴, sendo que Julian Assange não passaria de alguém escudado em «regimes legais que protegem jornalistas e delatores», associação que, finalmente, não abonaria muito, nomeadamente a quem escrevia, alguém que certamente terá carteira de jornalista.

Como dizia o New York Times, nessa semana de todas as *disclosures*, tornámo-nos *voyeurs* globais das complexas engrenagens da diplomacia, ficando a saber que há, inclusive, líderes políticos que se divertem por mentir aos seus parlamentos. Mas esta curiosidade redobrada sobre os meandros e as estratégias da diplomacia poderá conduzir ao paradoxo de demasiada transparência. Em vez de facilitar a comunicação, fê-la recuar a um ponto de difícil retorno nesta era de reprodutibilidade instantânea: recuar a uma espécie de cultura política oral, onde um mundo de possíveis e de reconstruções generativas se pode sempre enunciar, o que conduziria, nestas circunstâncias, a situações deveras estranhas e perversas, como o próprio Süddeutsche Zeitung reconhecia: «(...) Um ministro dos Negócios Estrangeiros, que tem de mostrar-se sempre diplomático, até a nível doméstico, deixaria de ser funcional: passa a ser uma pessoa que deixa de poder escrever a alguém sobre aquilo que pensa»⁵. O Le Monde, por seu lado, ajudava a clarificar um pouco mais a dimensão política e diplomática do novo fenómeno: «Estamos longe da Casa Branca de George W. Bush, que acreditava ser a única, ou quase, a ter poder para moldar as realidades deste início de século, longe da crise de arrogância que a assolou logo a seguir à queda do Muro de Berlim. Com provas a apoiar isso mesmo, a Wikileaks elaborou o retrato de uma América pragmática, num mundo multipolar»⁶.

Mas o que a Wikileaks fez, sobretudo, foi anunciar uma era de hipertransparência no sistema de informação, como disse Dan Tapscoff, pelo

⁴ Op. cit., p. 49.

⁵ Nicolas Richter, «Uma fuga pouco interessante», Süddeutsche Zeitung, 29.11.2010. Utilizada a versão portuguesa, publicada no Courrier Internacional nº 179, de Janeiro de 2011, p. 53.

⁶ Alain Frachon, «Retrato de uma diplomacia pragmática», Le Monde, 9.12.2010. Utilizada a versão portuguesa, publicada no Courrier Internacional nº 179, de Janeiro de 2011, p. 56.

que da política e da diplomacia passaremos à economia e ao sistema financeiro e destes à tecnologia. No fundo, do que se trata é de prevenir e antecipar disfunções e entropias nos sistemas estruturantes e não de cavalgar as ondas especulativas, sejam elas financeiras, tecnológicas, ou mesmo políticas. Estas últimas, surgem habitualmente reconfiguradas ou mascaradas através de spin-doctors e de agências especializadas na matéria, como sabemos. Os primeiros filtros desse velamento – os *media* – não terão muitas mais oportunidades para falhar perante uma opinião pública pós-Wikileaks, que, aliás, nunca mais será a mesma. Espera-se, pelo menos, que nunca mais seja a mesma.

Crise do jornalismo e do sistema de *media*

O culminar das grandes crises dos anos 2000-2010 teve uma contribuição clara dos *media* na múltipla declinação da sua concretização – crise dotcom, legitimação da invasão do Iraque, *subprime*, endividamento obscuro dos Estados e das famílias, produtos tóxicos, crise financeira, etc, etc. Para alguns autores, como Max Otte⁷, por exemplo, é óbvio que há como que uma espécie de vírus no sistema de *media* que faz propagar não a sociedade do conhecimento, mas uma sociedade da desinformação, cedendo às pressões dos grupos de interesses e dos sistemas de governo, por sua vez comprometidos com complexas lógicas de opacidade que tudo velam, desde a transparência das informações financeiras às contabilidades dos Estados.

É assim evidente que os *media*, de um modo geral, contribuíram para este sistema de desinformação que, sobretudo pela experiência vivida dos anos 2007-2009, conduziu a um quase eminente colapso social geral do chamado mundo desenvolvido. A emergência de fenómenos como a Wikileaks (espécie de panopticon do documento classificado) deve começar por ser pensada, na atual conjuntura, no contexto da marcante crise do jornalismo e do sistema de *media*, quer no plano económico, quer no plano de conteúdos. A verdade é que, como defendeu Jay Rosen, «the watchdog press died»...

⁷ Max Otte, *El crash de la información. Los mecanismos de la desinformación cotidiana*. Madrid: Editorial Ariel, 2010

Os *media* devolvem-nos um mundo-sem-surpresa, uma realidade de referência com os seus rituais próprios, um mundo que é «descomplexificado» numa lógica mais de entretenimento do que de informação e que, por isso mesmo, paira acima do caos organizado. Aliás, o referente do sistema de *media* acaba por ser não o «real» propriamente dito, mas o jogo de espelhos que a sua lógica discursiva auto-reproduz: «*a comunicação é efetivamente o lugar onde se constrói o comum, mas este comum tem muito pouco valor de realidade e resulta de um dispositivo de construção social*»⁸. A perspetiva analítica sobre as práticas dos media não deve ser tanto «adequacionista» (verificar a sua adequação ao real), quanto «construtivista», isto é, preocupar-se em procurar perceber «*não como [os media] destroem a realidade, mas sim como a constroem*»⁹.

É interessante, aliás, (re)pensar estes problemas num novo contexto, por exemplo a partir de uma entrevista realizada a Daniel Domscheit-Berg (já em ruptura com Assanje) pelo jornalista Paulo Moura, num trabalho saído na Pública¹⁰. A certa altura o jornalista Paulo Moura pergunta a Daniel Domscheit-Berg: «Quem decide a que organização dar o documento?»¹¹ ao que o responsável da OpenLeaks responde que «será a própria fonte», sendo que se não houver tratamento do assunto pelo jornal em questão, o documento acabará por ser distribuído por outros parceiros «para garantir que o jornal não o esconde». O jornalista defende-se então: «Está a assumir que o objetivo dos jornalistas não é o esclarecimento máximo do público». Responde Domscheit-Berg: «Acho que a maioria dos jornalistas quer esclarecer o público. Mas por trás deles há os interesses económicos». O jornalista insiste, então, questionando porque deve alguém contactar então a OpenLeaks e não diretamente um jornal? Por várias ordens de razões, aponta Domscheit-Berg: plataforma específica disponível *online*, maior facilidade no contacto, maior privacidade da fonte, disponibilização dos documentos na íntegra, segurança informática do sistema. Moura insiste, alega o problema da triagem da informação em excesso e avança: «Até agora, confiava-se nos jornalistas

⁸ Daniel Innerarity, *O Novo Espaço Público*, (2010), Lisboa: Teorema, p. 88.

⁹ Innerarity, op. cit., p. 99.

¹⁰ «A WikiLeaks transformou-se naquilo que sempre combateu», Paulo Moura, Público, revista Pública, 12 de Junho de 2011, pp. 30-35.

¹¹ Op. cit., p. 34

como única fonte independente. Esse modelo está a mudar?». Domscheit-Berg faz então as alegações finais. Sugere que nos estamos a «afogar» em informação, sendo a sua complexidade cada vez maior, «temos de ter informação mais eficiente», e é aí justamente que a OpenLeaks pretende estar, eventualmente partilhando conhecimento e tecnologia com as próprias empresas jornalísticas...

Este *tour de force* e o desfecho da argumentação de ambos comporta, no fundo, uma crítica ao próprio jornalismo. Nada que não tenha sido já explicitado de forma mais evidente por Assange. Daniel Domscheit-Berg é mais racional, mais seguro, na defesa do seu projeto em confronto direto com o próprio jornalismo. Aliás, no seu livro, ele é bem claro: «Seria infantil acreditar que os jornais, que se financiam por meio dos anúncios de empresas, são livres para tomar decisões sobre aquilo que publicam» (2011:306), adiantando que, de facto, há inúmeros casos de publicidade suspensa nos *media* por grupos económicos que não gostaram da forma como foram tratados em determinados textos.

Teorias, “estórias”

Nada, também, que não fosse já conhecido. Todos sabemos como se abatem sobre os *media* todo um conjunto de pressões, e por vezes mesmo de ameaças e chantagens, claramente constrangedoras, limitadoras da liberdade editorial, que conduzem a um fenómeno dos mais críticos para a experiência democrática e para a formação da opinião pública, que é o fenómeno da auto-censura nas redações. Refira-se, a propósito, um primeiro trabalho antológico em Portugal, de Nelson Traquina, que trouxe algum esclarecimento sobre este tipo de matérias: *Jornalismo: Questões, Teorias, “Estórias”*¹², veio a tornar-se um manual de referência para os estudos sobre a produção da informação, na medida em que integrava um conjunto de textos fundamentais, nomeadamente de alguns dos principais autores do universo anglo-saxónico. Nesta excelente antologia, a dicotomia entre os dois âmbitos discursivos pode ser equacionada através do texto de Philip Schlesinger: «A notícia, tal como surge diariamente, e como é concebida, está em oposição radical à história. De facto, o sistema

¹² Nelson Traquina, *Jornalismo: Questões, Teorias, “Estórias”*, Lisboa: Vega, 1993.

de ciclos diários ao longo do dia noticioso tende para a abolição da consciência histórica, criando uma perpétua série de ‘primeiros planos’, em preterição do aprofundamento e do background»¹³. Dá-se a ver e assim se expõem as dramaturgias banalizadas dos quotidianos, liturgias simbólicas, enfim, a espuma dos dias. Como já escrevemos a este propósito, o paradigma das notícias como narrativas que reproduzem uma hegemonia, e as práticas de normalização do discurso jornalístico, emergem então como instrumento de poder que corrompe esse «fazer». O que fica então, é uma massa documental, um acervo discursivo no qual se joga o poder de perpetuação das sociedades históricas e a política do tempo.

Aliás, a questão de «gerir as notícias como elemento essencial da luta simbólica» é um dos pontos de reflexão de Michael Schudson nessa obra: «Eu sugiro que o poder dos *media* está não apenas (e nem sequer primariamente) no seu poder de declarar as coisas como sendo verdadeiras, mas no seu poder de fornecer as formas através das quais as declarações aparecem. As notícias num jornal ou na televisão têm uma relação com o “mundo real”, não só no conteúdo mas na forma; isto é, no modo como o mundo é incorporado em convenções narrativas inquestionáveis»¹⁴. No fundo, a conexão entre fontes e jornalistas faz das notícias uma ferramenta importante dos governos e das autoridades estabelecidas. Por outro lado, e em geral, as notícias «tendem a apoiar as interpretações oficiosas dos acontecimentos controversos»¹⁵.

Também na crítica da concentração de meios de comunicação, Edward S. Herman remete o dispositivo instrumental dos *media* para as redes de dependências e de interesses, sublinhando que «a credibilidade dos meios de comunicação de massas deriva também do facto do seu comportamento, frequentemente homogéneo, surgir ‘naturalmente’ a partir da estrutura industrial. (...) A autocensura, as forças do mercado e as normas das práticas noticiosas podem produzir e manter uma perspectiva particular tão eficazmente como uma censura formal de Estado»¹⁶. Poder-se-ia ainda considerar a notícia como «remitificação» ou como

¹³ Op. cit., p. 189.

¹⁴ Idem, p. 279.

¹⁵ Ibidem, p. 136.

¹⁶ Traquina, op. cit., p. 215.

«aparelho ideológico», sendo certo que, tal como referia Warren Breed, o produto jornalístico é essencialmente o resultado de um contexto, de uma organização e dos seus constrangimentos.

Jornalismo e sistema pós-mediático

Retomando o «antídoto» Wikileaks. A primeira das questões nesta matéria tem sido muito discutida, sendo que nos parece de resolução fácil: se é jornalismo ou não. Claramente, não. Não estamos no domínio dos *media*, provavelmente estamos no domínio do pós-mediático, o que é já outra coisa.

Nesse sentido, poder-se-ia dizer que enquanto projeto não será de tipo informativo, será uma plataforma agregadora de informação, ou mesmo com informação secreta, ou reservada, como manifestamente é o caso, assumindo todos os riscos perante o jurisdicional. O que significa que é uma plataforma, por excelência, a que os *media* informativos terão tendência a recorrer ou, inversamente, a ser diretamente contactados pela própria plataforma, como, aliás, sucedeu. Neste sentido, pode considerar-se uma plataforma privilegiada integrante do sistema pós-mediático, no contexto específico das novas tendências da digital, isto é, numa lógica não de pirâmide, mas matricial, ou assimétrica, onde múltiplos atores passam a fazer parte do processo comunicacional.

Este «pós-mediático» assenta numa nova galáxia comunicacional, cujo melhor descritor será, muito provavelmente, o conceito de nuvem, onde coabitam as fontes tradicionais e as novas bases de dados públicas e privadas, de domínio mais ou menos públicos, que aguardam pela sua «floração», isto é, pela análise criteriosa e regular do seu conteúdo, pela exploração e reflexão do sentido dessas grandes quantidades de dados, procurando padrões consistentes, sequências temporais, figuras e configurações, alertas sobre variabilidade estatística, sobre relacionamentos sistemáticos entre variáveis, etc. Mas onde também coexistem novas entidades: *producers*, *avatars*, *mirrors*, *peer production*, *social media*, etc.

Do *cloud computing* ao *crowdsourcing*

O conceito de *cloud computing* refere-se às capacidades de armazenamento, uso de memória e cálculo de computadores e servidores compartilhados e interligados por meio da Internet, seguindo o princípio da computação em rede (*grid computing*). O acesso a programas, serviços e arquivos é, portanto, remoto, sendo que já há sistemas que garantem o reforço da segurança e da privacidade como é o caso do Tor (<http://www.torproject.org>), utilizado pela Wikileaks, que é basicamente assente em software livre e numa rede aberta que permite ao utilizador se defender contra formas de vigilância que ameaçam a liberdade e a privacidade, ou mesmo salvaguardar negócios confidenciais, a segurança do Estado, mesmo segurança militar, etc.

O *crowdsourcing* é um modelo de *peer production* que se sobrepõe à arquitectura de rede do *cloud computing*, utiliza a inteligência, o conhecimento colectivo e o «saber fazer», anónimo ou não, disseminado na rede, que de forma colaborativa contribui para resolver problemas, criar conteúdo (Wikipedia) ou desenvolver software (ex: Linux). Não sendo sistemas direccionados em especial para o perfil da Wikileaks, o certo é que é nesta «nuvem» que a plataforma se inseria, sobretudo em contexto de comunicação de crise em ambiente *Web 2.0*. Veja-se, nomeadamente, os ataques DoS - *Denial of Service Attack*, gerados contra os principais protagonistas do cerco económico ao projeto de Assange.

Informação pós-mediática e *peer production*

Sites como o Avaaz, redes sociais, novos «*leaks*», clonagens, redes anónimas, petições, manifs de ocupas, etc., constituem-se como extensões da plataforma, gerando um complexo processo social, movimentos cívicos *online*, colaborativos e participativos, enfim toda uma espécie de nova *peer production* informativa que exponencia o projeto original, o qual, partindo da hipótese de ser porventura «ilegal» ganha uma progressiva legitimidade, quer em função desse processo social de largo envolvimento dos cidadãos, quer em função do conteúdo «vazado» que se verifica ter, afinal, e apesar de reservado/secreto, um claro e por vezes invulgar interesse público. No caso da Wikileaks, veja-se a constituição imediata de

www.labcom.pt

grupos autónomos que se organizaram para ataques DoS, que basicamente produzem, em simultâneo, ataques de negação de serviço a servidores *web*, indisponibilizando aos seus utilizadores os recursos do sistema alvo de uma sobrecarga de acesso e de dificuldade de comunicação.

Fala-se então numa nova ética da responsabilidade para os *media*, da necessidade de uma nova cidadania democrática no contexto desta emergente cultura das redes onde a Internet parece eliminar algumas barreiras, sobretudo no plano de uma *digital literacy*, que, de certa maneira, contribui para a formação de um recetor crítico, criativo, de um *produser* nos novos contextos da experiência democrática, definitivamente mais importante do que uma tecnologia «sem conteúdo»¹⁷.

Fala-se num novo humanismo¹⁸ marcado pela multiculturalidade e pelo imperativo da responsabilidade, pela necessidade de criar conteúdo nos *media*, fala-se de uma *nethics* para esse novo humanismo de forma a superar as velhas estratégias nacionais ancoradas nas culturas homogêneas. Fala-se numa crise da racionalidade e no declínio da experiência vivida, onde o racionalismo crítico acaba, porventura, por ser o seu melhor decodificador. E fala-se nas espirais do silêncio que estão a retirar à democracia a dimensão de «valor universal» tal qual era pensada no passado, ou ainda nas lógicas de terror – bio ou *cyber* – que vulnerabilizam ainda mais o sistema democrático, tal como, aliás, as práticas submissas do próprio jornalismo.

O «efeito Streisand»

Em 2003 ficou famosa a tentativa de Barbara Streisand em processar o fotógrafo Kenneth Adelman e o *website* Pictopia.com pela publicação de uma foto aérea de sua mansão na costa da Califórnia, exigindo ainda a imediata retirada dessa imagem. Streisand invocou a legislação norte-americana e alegou então a invasão da sua esfera privada como motivo da queixa. Essa tentativa teria efeitos perversos, pois a foto passaria a ser vista na Net

¹⁷ Cf. Francisco Rui Cádima, *A Televisão, o Digital e a Cultura Participativa*, Lisboa, Media XXI, 2011.

¹⁸ Tapio Varis and Salem Al-Agtash (Orgs.) *Soul, Spirit & Skill - Ubiquitous ICT for Sustainable Education and Cultural Literacy*, Helsínquia: Helsinki University Print/ Finnish National Commission for UNESCO, 2009.

por centenas de milhares de pessoas nas semanas seguintes aos factos.

Um tal efeito foi então cunhado pelo *blogger* Mike Masnick, no Techdirt, um weblog que se centra em notícias e assuntos relacionados com tecnologia, como «The effect Streisand», autêntico efeito *boomerang* que se volta contra o «ofendido», gerando uma replicação viral por toda a Internet do conteúdo que se pretendia proibir. Em consequência, uma informação, ou um determinado *media* praticamente desconhecido, ganham uma popularidade desproporcionada nos *new media*, nas redes sociais, e inclusivamente no velho sistema de *media*, face ao seu contexto e notoriedade inicial.

O caso Wikileaks é também um fenómeno que se pode enquadrar neste «efeito Streisand», sendo que aqui a principal ofendida é, em grande parte, a diplomacia norte-americana. O efeito *boomerang* dá-se, fundamentalmente, quando o cerco a Assange e à Wikileaks aperta, provocando o «efeito-mirror», que chegaria a mais de 2 mil *mirrors* na Net.

Netwars

As *netwars* têm a ver com as estratégias emergentes de ciberconflitos, ditos de baixa intensidade, que podem ter a forma de ativismo radical, de algum delito criminal, assumidas por indivíduos ou atores sociais na rede. A forma mais embrionária destes conflitos sempre foi a criação de vírus e ataques a sistemas informáticos. Está, portanto, relacionada com a ação de *hackers*, quer nos ataques a servidores, ataques DoS, quer na espionagem informacional, militar, governamental, ou mesmo na ciberespionagem entre Estados.

Naturalmente, todos os diretamente envolvidos nestas ações recusam qualquer identificação com atividades criminosas. Foi o caso na reação global em defesa da Wikileaks contra a recusa da Visa, Mastercard e PayPal em assegurarem os pagamentos e doações que envolvessem contas da organização de Julian Assange. Essa ação, «operation payback» assumida pelos Anonymous, foi um conjunto de ataques realizados de forma simultânea no acesso aos referidos *sites*, ocasionando o colapso dos sistemas.

As *netwars* redefinem as relações entre representados e representantes, colocando mesmo em causa o problema da representação, a partir do

novo entendimento sobre o deliberativo. Novos conflitos de poder entre as comunidades em rede e as grandes corporações e governos de tipo «ciberautista» levam a considerar as *netwars* como uma nova ferramenta de afirmação da opinião pública na nova lógica de disseminação da informação instantânea. Como dizia António Guerreiro, invocando Hannah Arendt, esta guerra não é mais do que uma versão atualizada da «guerra civil mundial», que decreta a interrupção da velha cena política pela irrupção e pela inscrição do virtual, das suas comunidades e dos seus ativistas, na relação tradicional e amorfa entre *media*, política e opinião pública. O próprio George W. Bush havia alertado para as *netwars* na sua versão mais radical, que aliás serviu aos conservadores, no final de 2010, para aproximarem Assange de Bin Laden: «Agora, redes obscuras de indivíduos podem trazer-nos o caos e o sofrimento, com muito menos esforço do que aquele que é necessário para fazer explodir um simples tanque de guerra. Os terroristas estão organizados para penetrar nas sociedades abertas e virar o poder das modernas tecnologias contra nós»¹⁹.

O «segredo» na era da reprodutibilidade instantânea

O que a Wikileaks faz não é uma questão nova, não é nada de essencialmente novo, apenas ressurge num outro contexto, na era da cultura das redes e da reprodutibilidade instantânea. Poder-se-iam citar os casos dos Pentagon Papers²⁰ (1971), Watergate²¹ (1972), as fugas sobre o Gover-

¹⁹ António Guerreiro «Notícias da Guerra em Curso», Expresso/Atual, 18 de Dezembro de 2010, pp. 30-32.

²⁰ Pentagon Papers documento ultra-secreto em 47 volumes/14 mil páginas. Título oficial: *United States–Vietnam Relations, 1945–1967: A Study Prepared by the Department of Defense*. Daniel Ellsberg, funcionário do Pentágono, entrega a informação ao NY Times que a publica. Ellsberg justificou o seu acto dizendo que «os documentos demonstravam um comportamento inconstitucional por uma sucessão de presidentes, a violação de seus juramentos e a violação do juramento de cada um de seus subordinados», e que ele havia copiado e entregue os documentos à imprensa, na esperança de que isso pudesse ‘tirar a nação de uma guerra errada’».

²¹ A 18 de Junho de 1972, o Washington Post noticia o assalto à sede do Comité Nacional Democrata. Bob Woodward e Carl Bernstein, começaram então a investigar o chamado caso Watergate. Os repórteres estabeleceram ligações entre a Casa Branca e o assalto ao edifício de Watergate. “Deep Throat” era a fonte, que revelou que o presidente sabia das operações ilegais. A 9 de Agosto de 1974 Nixon renuncia à presidência.

nment Surveillance Program (revelações do NYTimes de 2005/06)²², as fotos de Abu Ghraib²³, o livro *Obamas' Wars* (Bob Woodward, setembro de 2010), etc., etc. A grande diferença é que tal é feito num novo contexto, chame-se-lhe, se se quiser, no limite, «o vasto campo da anarquia digital», ou outra coisa qualquer. Mas atenção, se antigamente se dizia do rumor que chegava mais depressa do que a informação, imagine-se então na era da Net o que poderá chegar antes da informação mediada, segundo as regras clássicas do próprio jornalismo... E isto é novo, claramente. Daí que a divulgação do segredo não queira dizer absoluta transparência sobre o mundo e as coisas. Quer isto dizer que a divulgação de um segredo pode esconder outro... e a transparência tornar-se opacidade.

Ou, de modo um pouco diferente – e mais objectivamente – a obsessão pela transparência conduz à superproteção do material a revelar. Não se trata só de optar por Bahnhof, um centro de informática futurista onde estão guardados 8 mil servidores, no bairro de Södermalm, em Estocolmo, para guardar os seus dois servidores nesse antigo abrigo antinuclear do tempo da Guerra Fria... O paradoxo fecha-se quando se sabe que Assange teria defendido a sua retaguarda para o pior dos cenários: «os documentos diplomáticos ainda por divulgar foram comprimidos num ficheiro, protegido por uma senha de 256 caracteres, que será publicado caso a Wikileaks venha a ser encerrada ou impossibilitada de estar *online*»²⁴. Daí que a nova ideologia da transparência também não seja a melhor conselheira.

Quantidade e raridade

O problema da «quantidade» é, de facto, uma das questões que perturba sempre que se quer pensar este tipo de assuntos. Tanto mais que estas quantidades torrenciais que estão associadas às *disclosures* da Wikileaks, elas próprias se tornam opacas, comportam em si mesmas o segredo e o sentido desse arquivo onde se inscrevem, dificultam a compreensão da qualidade da informação, ou a própria identificação de abusos, cinismos

²² <http://www.lawfareblog.com/2010/12/seven-thoughts-on-wikileaks/>

²³ Em 2004, uma série de fotografias das torturas e humilhações impostas a prisioneiros iraquianos de Abu Ghraib por soldados dos Estados Unidos vieram a público pela primeira vez na revista “The New Yorker” e no programa “60 Minutes” da rede CBS.

²⁴ Pedro Cordeiro, «Assange o denunciador», Expresso/Única, 11/12/2010, p. 46.

políticos, espionagem, contra-informação, etc. Como invocar aqui, por exemplo, a lei da raridade do arquivo da história, em geral, que se realiza através das suas concretizações discursivas? O que nos alerta para as complexas dimensões do não-dito propostas por Michel Foucault no contexto da análise dos documentos de um determinado acervo.

No seu livro *L'archéologie du savoir*, Foucault esclarece que a análise dos enunciados e das formações discursivas pretende pensar o princípio segundo o qual puderam aparecer determinados conjuntos significantes e não outros. Daí que a lei da raridade assente no princípio de que há sempre enunciados em *deficit* – no que é dito, no quanto e como é dito – pelo que todas as formações discursivas são um composto de ausências, de não-ditos, o que não impede que todo o enunciado esteja no seu lugar próprio, singular, com um sentido que o habita, delimitado no contexto e na nuvem dispersa de enunciados. Por seu lado, a dispersão geral dos enunciados, enquanto arquivo, deve ser interpretada não enquanto massa homogênea, mas segundo a «lei» que presidiu à constituição desse mesmo arquivo. Sendo que o arquivo não é a soma de todos os textos, a acumulação dos documentos, mas a lei do que pode ser dito, o sistema que rege o aparecimento de enunciados como acontecimentos singulares.

A própria “transparência” do enunciado é enganadora. O que significa que somos também reféns da obscuridade dos textos, das imagens e dos seus dispositivos. Mais do que se darem pela transparência, capturam-nos nas suas *tromperies*, na sua volatilidade, nos seus enganos, nos seus espantos.

Fait d'histoire e fait divers

Ainda que algumas interpretações pretendam fazer diminuir a importância da Wikileaks, insinuando mesmo que muita da informação divulgada se assemelha a uma espécie de *fait-divers*, a verdade é que o significado das ações da plataforma *online* no contexto internacional a colocam claramente como integrando factos históricos relevantes. Aliás, mesmo que não passasse de um *fait-divers*, já seria um *Fait d'histoire*, como bem assinalou Marc Ferro nos *Annales*, considerando o *fait-divers* um objeto de história privilegiado ou uma «necessidade da história».

Do ponto de vista da história, os documentos divulgados inscrevem-

-se no tipo de arquivos sujeitos à reserva de conhecimento público ou ao embargo temporal. Lucien Febvre definia a história como uma coleção de cadáveres, sendo que o papel do historiador seria «dar vida ao cadáver», inquirir, decompor, fazer a anatomia do arquivo. No caso da WikiLeaks a questão é que muita dessa informação seria «cadáver» para sempre, nomeadamente os documentos designados por «segredo de Estado».

Quando se trata de trabalhar sobre arquivos disponíveis ou a disponibilizar, cabe ao historiador, ou ao jornalista, identificar a trama, as estratégias e tecnologias do poder e do dizer que nos constituem, produzindo formações de saber e de verdade que, como dizia Foucault, lhes são necessárias para se solidificarem como evidentes, naturais, tornando-se ao mesmo tempo invisíveis.

Aqui estaremos perante a constatação que são – à partida – invisíveis, mas que se tornam, por um passe de mágica, perfeitamente visíveis, isto num primeiro nível de perceção ou apropriação. Assim sendo, é de certo modo a própria história que se vê afastada do documento, na medida em que o arquivo cai na praça pública, disponível para a voragem da análise política e jornalística, ou mesmo judicial. A história aqui não deixa de aguardar pelo seu tempo próprio.

Da política fechada à Internet aberta

Mas, mais em particular, há que compreender que o segredo e a opacidade da velha política representativa, feita sobretudo para as aberturas dos telejornais, tem graves incompatibilidades com a própria lógica da Internet, com a sua arquitetura e a sua plena abertura. Neste caso, a abertura passa não só pela sua neutralidade, mas sobretudo pela sua liberdade.

Será que a *web* vai permanecer tão interessante, criativa e inventiva quanto o é hoje em boa parte? Sim, claro, se permanecer aberta, neutra e livre²⁵. Isto para que ninguém tenha que pedir permissão quando quiser aceder ou produzir algo para a rede (nem a governos, nem a empresas);

²⁵ A CNN, a 15.12.2010, sob o título «Air Force Cutting Off Access to Wikileaks News» citava o seu comentador Jeffrey Toobin: «This seems like a rather pointless protest: our enemies can see the documents, but not those whom we trust to defend our country». http://articles.cnn.com/2010-12-14/us.us.wikileaks.government_1_bradley-manning-wikileaks-documents?_s=PM:US

para que ninguém tenha o seu acesso reduzido ou bloqueado. Para que haja menos interesses privados, ou de mercado, e mais interesse público na rede, para que não se transforme a rede numa espécie de supermercado eletrónico, ou, pior que isso, num rastreador inteligente de experiências, vivências, e, quem sabe, opiniões...

Nesse sentido, a nova política embrionariamente emergente não está já no plano estrito do representativo, mas antes num modelo híbrido que integra e «inscreve» o deliberativo. A Wikileaks tem a sua marca de «inscrição» neste movimento. Isto para dizer que a Política necessita deixar rapidamente a sua própria era analógica, e também ela abrir-se e expor-se ao colaborativo e ao participativo. A Política, de facto, ainda não reconheceu a nova ágora digital, ou mesmo a Ideagora, de que falava Tapscott, enquanto meritocracia em rede, do social ao económico. A guerra do Iraque já foi claramente contra a opinião pública, com os *media* a serem um dos principais suportes de uma decisão assente em mentiras não devidamente escrutinadas. Se a velha política não fizer a mudança a partir do interior dos gabinetes, certamente será obrigada a fazê-lo do exterior, com a pressão de uma opinião pública «virtual», mas mais influente ainda que a «real», a das velhas manifestações de rua do século XX. Tudo está mais fácil agora... mas não para a velha política.

Um outro «digital divide»?

O historiador Milad Doueihi, autor do livro *La Grande Conversion Numérique*²⁶ já nos havia sugerido a imagem da emergência de novas fraturas do digital, recolocando o tema de uma nova e complexa visão do mundo transmutada, convertida numa nova cultura digital caracterizada justamente por um aumento do número de fraturas e conflitos. Um primeiro digital tem a ver com o enfraquecimento da cultura impressa e com a diluição da fronteira entre autor e leitor. As novas competências digitais são elas mesmas fraturantes, há escritas abertas, cooperativas e relativamente anónimas, uma espécie de «guerra civil» pela identidade digital, censuras várias, há o problema do arquivo, através do qual o analógico, a massa de material impresso é convertida, recomposta e ex-

²⁶ Milad Doueihi, *La Grande Conversion Numérique*, Paris, Seuil, 2008.

posta aos motores de busca e aos seus perigosos vícios. Constitui-se um novo espaço público, um «blogging para a cidade», ou uma verdadeira cidade digital com base numa cidadania, ou numa nova civitas digital – blogosfera, sindicância de conteúdos, comunidades *wiki*, redes sociais, etc.

Mas Milad Doueihi vem depois dizer-nos que o caso WikiLeaks se transformou «en symptôme puissant de notre rapport avec la culture numérique. Un symptôme qui, par l'intensité, voire, dans certains cas, la violence des points de vue qu'il autorise, invite au recul.»²⁷. Desde logo, estamos perante a dualidade entre a moral do Estado e dos seus segredos e a do cidadão comum, agora reconfortado nesta época híbrida pela sua conversão digital e pelo novo conhecimento a que acede na rede.

O que significa que o digital acaba por consagrar a competência do «uso popular» da técnica, provocando aquilo a que Doueihi chama a «convertibilidade generalizada» do humano, das suas representações, da identidade coletiva e, claro, da política. Mas, chegados aqui, «avec la culture numérique, la politique doit imaginer une nouvelle éthique et une nouvelle manière de faire, plus appropriées à la sociabilité émergente. L'affaire WikiLeaks n'est que l'indication, certes significative, d'une possible fracture numérique en train de s'installer entre les politiques et les citoyens et que seule une véritable prise en compte des réalités et des potentiels de l'environnement numérique peut éviter.»

A nova cultura colaborativa

Múltiplos e complexos são os efeitos da nova cultura colaborativa nas práticas jornalísticas e no jornalismo propriamente dito. Consagra-se agora cada vez mais a ideia de Yochai Benkler²⁸ que pensava a economia interconectada da informação como capaz de auto-gerar mecanismos de organização espontânea, com novas competências para criarem uma

²⁷ Milad Doueihi, «La nouvelle fracture numérique», *Le Monde*, 07.12.10. http://www.lemonde.fr/idees/article/2010/12/06/la-nouvelle-fracture-numerique_1449587_3232.html

²⁸ Yochai Benkler, *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*, Yale University Press, 2006. http://cyber.law.harvard.edu/wealth_of_networks/Download_PDFs_of_the_book/

produção social nova, geradora de automatismos de distribuição próprios e, portanto, novas dinâmicas no plano da liberdade dos cidadãos. Essa nova produção social consagra um novo modelo de cultura social, colaborativa, baseado em plataformas abertas, o que garante a potenciação do fenómeno de produção social e uma nova economia política do «commons». A produção colaborativa evolui para a constituição de uma verdadeira economia política das redes e, no plano da informação, para uma verdadeira *peer culture*, para comunidades ativas em rede e de competências diversificadas e acrescidas, o que vem permitir explorar dinâmicas insondáveis de um trabalho criativo multipartilhado, colaborativo e tendencialmente deliberativo.

Isto significa que o jornalismo para se manter no centro desta «nuvem», enquanto pólo estratégico da produção de informação, necessita de reconverter práticas e dinâmicas, integrando de forma interativa as novas comunidades em rede e deixando a sua tradicional resiliência à mudança como tem feito desde meados dos anos 90, após a progressiva massificação da rede. Um certo ciberoptimismo sobre a possibilidade da Internet estar a democratizar a política pode ser uma ideia já em falência, uma vez que não somente há mais desigualdades na política *online* do que na esfera política tradicional, como também a Net mainstream acaba por absorver a quase totalidade do tráfego dos cibernautas, pelo que o essencial do que caracterizava o «analógico» está também a migrar para o digital. Por enquanto, portanto, «*online politics is simply "politics as usual"*». O que, em parte, será ainda verdade. Mas doravante, ainda que com as naturais resiliências, nada será como dantes.

O novo ecossistema digital, de tipo matricial, apela, de facto, a um novo tipo de jornalismo fortemente colaborativo, assimétrico – entre fontes, jornalistas e produtores –, mas cuja hibridez terá necessariamente que recusar as engenharias de compromisso que têm manietado os *media*, devolvendo-os agora de novo à experiência social, às folksonomies da cultura das redes e a novas formas emergentes de produzir, editar e distribuir informação que são já uma realidade irreversível.

Bibliografia

BENKLER, Y. (2006). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. Yale University Press.

CÁDIMA, F. (2011). *A Televisão, o Digital e a Cultura Participativa*. Lisboa: Media XXI.

CORDEIRO, P. (2010). «Assange o denunciador», *Expresso/Única*, 11/12/2010.

DOMSCHEIT-BERG, D. e KLOPP, T. (2011). *Nos Bastidores da WikiLeaks*. Lisboa: Casa do Livro.

DOUEIHI, M. (2008). *La Grande Conversion Numérique*. Paris: Seuil.

FERRO, M. (1983). «Fait-divers, *Fait d'histoire*», *Annales*, Juillet-Août, pp. 821-825.

FRACHON, A. (2010). «Retrato de uma diplomacia pragmática», *Le Monde*. Utilizada a versão portuguesa, publicada no *Courrier International* nº 179, de Janeiro de 2011.

GUERREIRO, A. (2010). «Notícias da Guerra em Curso», *Expresso/Atual* (18 de Dezembro).

INNERARITY, D. (2010). *O Novo Espaço Público*. Lisboa: Teorema.

KAPFERER, J.N. (1987). *Le plus vieux média du monde*. Paris: Éditions du Seuil.

MOURA, P. (2011). “A WikiLeaks transformou-se naquilo que sempre combateu”. *Público, Revista Pública*, 12 de Junho de 2011.

OTTE, M. (2010). *El crash de la información. Los mecanismos de la desinformación cotidiana*. Madrid: Editorial Ariel.

RAZZI, M. (2010). «28 de Novembro de 2010: um dia histórico», *La Repubblica*, 28.11.2010, publicado no *Courrier International* de Janeiro de 2011.

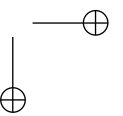
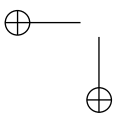
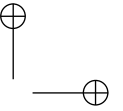
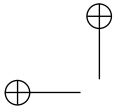
RICHTER, N. (2010). «Uma fuga pouco interessante», *Süddeutsche Zeitung*, 29.11.2010. Utilizada a versão portuguesa, publicada no *Courrier International* nº 179, de Janeiro de 2011.

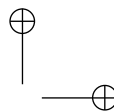
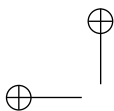
The Economist, «Telegramas revelados», 2.12.2010. Utilizada a versão portuguesa, publicada no *Courrier International* nº 179, de Janeiro de 2011

TRAQUINA, N. (1993). *Jornalismo: Questões, Teorias, “Estórias”*. Lisboa: Vega.

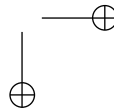
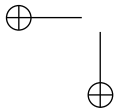
TRAQUINA, N. (2000). *O Poder do Jornalismo – Análise e Textos da Teoria do Agendamento*. Coimbra: Minerva.

VARIS, T. e AL-AGTASH, S. (2009). *Soul, Spirit & Skill - Ubiquitous ICT for Sustainable Education and Cultural Literacy*. Helsínquia: Helsinki University Print/ Finnish National Commission for UNESCO.





CAPÍTULO 11



A rádio portuguesa na década de 1960. A revista *Antena* (1965-1968) e a promoção da rádio

Rogério Santos

O capítulo analisa a rádio na segunda metade da década de 1960, a partir de tópicos como grelhas de programas, animadores e locutores, questões estéticas (como o teatro radiofónico) e tecnologias. O texto assenta na leitura crítica de notícias, artigos e reportagens publicadas na revista *Antena* (1965-1968), a que juntei aspectos presentes na bibliografia sobre o período (Maia, 1995; Serejo, 2001; Silva, 2001; Ribeiro, 2001, 2002; Cristo, 2005).

Procura-se obter resposta para as seguintes questões: que estratégias de programação? Como emergiu a nova geração de realizadores, produtores e animadores na década de 1960? Como se desenvolveu o jornalismo radiofónico? Qual o impacto das tecnologias? O objetivo é compreender a importância de elementos fundamentais que marcaram a rádio portuguesa na década de 1960, como programação independente de FM face às ondas médias (OM), onde estavam os programas mais clássicos e populares, emergência de programas de características específicas como *Em Órbita*, na mesma altura em que a televisão disputava o primeiro lugar na atenção dos consumidores de media, autonomia da informação radiofónica e melhorias tecnológicas (estereofonia). Muitos dos novos realizadores e programadores da rádio nasceram com a FM e criaram públicos mais jovens e urbanos, que interessavam à publicidade cativar, no sentido já verificado em países como os Estados Unidos.

A revista

A revista *Antena* – publicação quinzenal propriedade do Rádio Clube Português (RCP), pelo que cobre especialmente aquela estação – iniciou a sua publicação em 15 de março de 1965 e acabou em 15 de outubro de 1968, quando se fundiu com outra publicação para dar origem à *Nova Antena*. O diretor Júlio Botelho Moniz – cargo que acumulou com o de diretor comercial do RCP – e o editor Fernando Peres mantiveram sempre essas funções, ao passo que o administrador Jorge Botelho Moniz abandonou o lugar por desempenho de novas funções (em janeiro de 1967, foi substituído por Afonso Percheiro). Os dois Botelho Moniz garantiam o controlo da publicação nas mãos da família fundadora da estação. A revista tinha 60 páginas a preto e branco, com capas a cores, normalmente ilustradas com fotografias de estrelas de cinema e de cantores então em voga. Entrevistas e reportagens sobre rádio mas também sobre cinema, teatro e música eram setores muito presentes na revista, de que saíram 87 números e 5504 páginas (*Antena*, 15 de outubro de 1968).

A revista existiu num período marcante da história contemporânea portuguesa, com o recrudescer das guerras coloniais em África e a substituição de Salazar por Caetano à frente do governo (1968). Uma nova geração política estava a afirmar-se, mais cosmopolita, culta, urbana e lutando pelas liberdades cívicas, e que fez da rádio um dos principais territórios de emancipação, entrando em novos programas das principais rádios privadas (RCP, Renascença) e causando forte agitação no final da década de 1960 e transição para a seguinte. Contudo, da leitura de *Antena* é quase impossível descortinar as mudanças sociais, culturais e políticas que se operavam lentamente no país.

Além da descrição dos programas mais importantes da grelha da estação, a revista dedicava o espaço a estrelas de cinema e a cantores nacionais e internacionais e às suas histórias profissionais e vidas privadas. Os textos eram leves, habitual matriz de revista dedicada às massas que ouvem rádio e querem saber a vida dos seus ídolos. Seria o caso da entrevista a Eugénia Maria (Dias Pires), voz do programa *Talismã* e chamada a melhor locutora comercial portuguesa (*Antena*, 1 de maio de 1966):

“– Voltei à velha mania de me matricular em todo o lado. Desta vez foi

o Instituto Italiano de Cultura, onde funcionava, sem eu saber, o Teatro Estúdio do Salitre.

“– Novamente o teatro a tentá-la...

“– Certíssimo. Dirigia-o Gino Saviotti, que me convidou a ficar...

“– Aceitou?

“– Como poderia recusar, se lá estavam também o Rogério Paulo, o Luís Horta, Ricardo Alberty, Catarina Avelar, Cecília Guimarães...

“– Suponho que surgiu então a Rádio na sua vida.

“– É verdade. Principiei por alguns programas de poesia na Rádio Renascença, até que o Mário Lisboa me convidou para ser locutora do Clube Radiofónico de Portugal. Fiz provas... e fiquei! Lá estavam então o António Miguel, o Joaquim Pedro, Duarte Ferreira, Vítor Marques, António Revez, entre outros”.

A revista mostrou sempre uma forte identificação ideológica, espécie de património cultural e marca da estação. No conjunto dos números, publicou 18 artigos da história da estação, muito concentrados na década de 1930 e com vários a fixarem-se no período da Guerra Civil de Espanha (1936-1939), quando a estação tomou o partido pelas forças rebeldes do general Francisco Franco em luta contra o governo republicano.

Do grupo inicial de colaboradores, fizeram parte Luís Filipe Costa, Fernando Curado Ribeiro, Manuel Meneses, António Miguel, Diamantino Faria, Matos Maia, Jaime da Silva Pinto, Neves de Sousa e Duarte Ferreira, todos ligados às emissões do RCP. No número final (*Antena*, 15 de outubro de 1968), seriam destacados quatro nomes: Luís Filipe Costa (chefe dos noticiários), Matos Maia (responsável pela programação), João Paulo Guerra e Orlando Dias Agudo (assistente literário). Os dois últimos não faziam parte do grupo inicial da revista mas ganhariam espaço na emissão de novos programas. Editoriais e notas de abertura (Fernando Peres, Jaime da Silva Pinto), reflexões (Matos Maia, Fernando Curado Ribeiro) e artigos técnicos (Manuel Meneses) eram assinados, mas as notícias e outros artigos não.

Nos artigos da revista, as estrelas de cinema casavam-se, esperando-se que para toda a vida, e mostravam uma vida de sucesso (e algum mistério). Algumas delas exibiam-se timidamente em fato de banho (longe das produções fotográficas nas revistas de televisão e de sociedade de

hoje), muitas delas apareciam nas capas a cores em poses sensuais (Elizabeth Taylor, Natalie Wood, Claudia Cardinale, Brigitte Bardot, Julie Christie, Faye Dunaway, Raquel Welch), com o objetivo evidente de vender exemplares. A partir do segundo ano de existência da revista, as capas também se encheram de cantores nacionais (António Mourão, Artur Garcia, Simone de Oliveira, Madalena Iglésias), num declarado apoio à música ligeira (nacional-cançonetismo, música pimba), cuja popularidade preponderava nas ondas médias, nomeadamente em programas tipo *talk show*, com dois locutores, e nas rubricas de discos pedidos. Cinema e música eram os centros de atenção da revista *Antena*: enquanto a música tem uma relação direta com a rádio, que transmite os cantores da moda, o cinema permite sonhar com uma vida bela, sem rotinas e sacrifícios económicos como as estrelas ostentavam.

Se compararmos a *Antena* com as revistas de hoje dedicadas aos media, vemos o tipo de moral expresso na época. O *yé-yé*, ideia que hoje é apenas lembrada como refrão de canções iniciais da banda inglesa Beatles, era atacado como pertença de uma juventude corrompida. Não havia uma explicação sociológica ou histórica nessa posição, mas apenas um preconceito. O *yé-yé* aparecia confundido com o movimento beatnik e a subcultura *teddy boy*, numa ilustração da falta de conhecimento específico e com a formação de um gosto e senso comum banal e com estereótipos:

“A juventude *yé-yé* é uma consequência do meio ambiente e dele resultante, sem se admitir a priori que existem descontrolos psíquicos ou sintomas de doença psíquica. Em todos os tempos e em todas as épocas a juventude sempre irrequieta, insatisfeita e criadora, reage ao meio ambiente talvez numa atitude aparentemente de desrespeito e de inadaptação mas no final diretamente resultante dos fatores ambientais e do ritmo de vida, suas paixões, tendências, etc.” (*Antena*, 1 de novembro de 1966).

Ao mesmo tempo, emergia uma linha de modernidade estética menos distinguida pela revista (o programa *Em Órbita*, uma marca da estação desde 1965) e tecnológica (os emissores de FM), ao mesmo tempo que o jornalismo radiofónico marcava a sua presença a partir de 1960, com

Luís Filipe Costa, jornalista chefe de redação da rádio (e capa da revista *Antena*, 1 de julho de 1966). No número 82 de *Antena* (1 de agosto de 1968), escrevia-se sobre o programa *Em Órbita*, produzido e realizado por Jorge Gil, Pedro Albergaria e João Manuel Alexandre e apresentado por Cândido Mota:

“seleção rigorosa no plano de qualidade e de idoneidade documental em função das sonoridades inglesa e americana. A música popular anglo-americana como veículo de adesão e de expressão de uma juventude dia a dia mais consciente e desenraizada dos padrões cristalizados e conformistas dos adultos. Explicação dos conteúdos ideológicos das principais composições. Destaque à redescoberta das líricas como base para tema de uma nova literatura e, até, de uma nova forma de cultura. Destaque e intensa redescoberta de sonoridade, de possibilidades no domínio do arranjo e da instrumentação”.

O *Em Órbita* divulgava música folk e de jazz, atribuindo a estas “duas modalidades de música popular a importância que lhes é devida, conquistando, assim, um maior equilíbrio e uma mais perfeita dimensão formal” (*Antena*, 1 de abril de 1966). Ao contrário, não passava música ligeira como a proveniente de França. Estas definições do programa, atribuídas a Jorge Gil, mostravam uma nítida oposição a programas como *Talismã*, dedicado à música ligeira nacional, como Hermano da Câmara e António Mourão (*Antena*, 1 de julho de 1968), e aos conselhos pessoais que resultavam das conversas entre dois locutores nos seus programas:

“Há quinze anos que no ar é lançada a mensagem «*Talismã*» de sempre: boa disposição, boa sorte, boa música e bom dia. [...] O Tempo não apagou da memória dos radiouvintes, os folhetins de Manuela Reis, os conselhos de Mary, os episódios jurídicos dramatizados do «Banco dos Réus» [...]. Mas o que foi talvez a maior revelação do «*Talismã*» foi uma voz que não canta, a voz e a ingénua sabedoria do Sr. Alberto Messias, produto derivado da chamada esperteza saloia” (*Antena*, 1 de Julho de 1968).

A junção de um modelo tradicional e um mais moderno na mesma estação ilustra outra perspetiva. A rádio deixava de ser generalista e orien-

tada para toda a família e voltava-se para públicos alvo específicos, em que o tipo de emissão era uma marca divisória, com públicos como donas de casa e idosos a receberem um programa (ondas médias) e jovens adultos e estudantes a terem outra programação (FM). Uma linha resultante da anterior seria a dos animadores-vedetas idos da rádio para os ecrãs da televisão, como Jorge Alves, Gomes Ferreira e Isabel Wolmar. O estatuto de estrelas ainda derivava muito da profissão ligada à rádio. De entre as vedetas, havia figuras clássicas e transversais a outras atividades artísticas, caso de Fernando Curado Ribeiro, autor do livro *Rádio. Produção-realização-estética* (1964), sobre o som e a voz na rádio.

Ao longo da sua existência, a revista não falou de televisão, coberta pela revista *Rádio & Televisão*. O desaparecimento da *Antena* em 1968, para dar vida à *Nova Antena*, propriedade comum do RCP, da Rádio Renascença e da RTP, corrigiu essa lacuna. A televisão assumia um lugar de destaque face à rádio, embora as opiniões fossem ainda divergentes. Num texto sobre Jorge Alves, reconhecia-se a erosão dos programas da noite trazida pela concorrência televisiva (*Antena*, 15 de maio de 1965). Vítor Santos Ribeiro defendia a rádio em texto teórico: “conteúdo sonoro, potencialmente útil, transmitido à distância através de ondas hertzianas”, dirigido e “acessível a uma generalidade de pessoas” (*Antena*, 15 de agosto de 1968). E, num inquérito sobre a audição de rádio, escrevia-se:

“Apesar do aparecimento da televisão com todos os seus recursos no campo de prender as atenções, a rádio continua a ser a fiel companheira de todas as horas. O homem que se levanta um pouco atrasado, a primeira coisa que faz é ligar a telefonia para poder acertar o relógio... A dona de casa, ainda que possua televisão, às nove e meia da noite sintoniza no seu aparelho de TSF uma estação emissora que transmite um folhetim... Enfim, apesar da concorrência TV, a rádio é ainda a rádio (*Antena*, 1 de julho de 1965).

Além da programação e de notícias sobre os que faziam rádio, publicavam-se notícias e reportagens sobre música (variedades e popular), desporto (futebol, automobilismo e tauromaquia, em especial ao domingo), humor (Parodiantes de Lisboa). A programação em frequência mo-

dulada foi lentamente ganhando relevo, em especial quando em 1967 o programa *Em Órbita* ganhou o Prémio da Imprensa.

Grelha de programação

Observando as grelhas de programas do RCP em ondas médias (e ondas curtas), concluímos que o programa da manhã se repetia todos os dias da semana incluindo domingo, enquanto o programa à noite era semelhante e variava diariamente de tarde, embora com algumas rubricas fixas (misto de programação vertical e horizontal). A programação de FM era vertical.

Dos finais da década de 1950 até finais da seguinte, a filosofia da rádio foi mudando, ao passar do modelo de programas de produtores independentes baseados na emissão a partir da cabina, numa lógica de disco-anúncio-conversa entre dois locutores (Cristo, 2005: 17), para emissões que privilegiavam o relato, a crónica e as rubricas. Em 1965, os programas mais carismáticos do RCP em ondas médias eram *Carrocel* (desde 1962), *Clube das Donas de Casa* (desde 1964, vindo da Rádio Renascença), *Desculpe Mas já São Horas*, *Graça com Todos*, *Matinée Teatral*, *Meia Noite* (1959-1963) ou *Grande Roda* (depois de 1963), *Onda do Optimismo* (desde 1953), *Quando o Telefone Toca*, *Sintonia 63* (1963-1965) e *Talismã* (desde 1952). Havia programas de patrocinadores, uma vez por semana, casos da Sacor, Robbialac e Água do Vimeiro. *Igrejas Caeiro Apresenta* era o tipo raro de programas com o nome do próprio programador. Alguns programas mais populares eram realizados por profissionais ligados à estação, como *Meia Noite* ou *Quando o Telefone Toca*. Dina Cristo (2005: 19) estabeleceu um marco divisório entre a rádio dos programas *Talismã* e *Onda do Optimismo* e a emissão de Matos Maia *A invasão dos Marcianos*, em 25 de junho de 1958, programa polémico e onde se começaria a vislumbrar um novo tipo de rádio. Assim, ela inicia um novo período na história da rádio em 1958, prolongado até 1974. Quanto à FM, os principais programas eram *Diário do Ar*, *Clube das Donas de Casa*, *Carrocel em FM*, *Encontro no Ar*, *Em Órbita*, *Boa Noite em FM*, *Programa à Gô-Gô* e *Grande Roda*. Os programas *Clube das Donas de Casa* e *Grande Roda* eram comuns nas duas emissões.

Nos números publicados, a *Antena* dedicou particular interesse aos programas do RCP, proprietário da revista. Os programas com páginas de texto (notícias e reportagens) seriam 16: *Talismã* (quatro vezes), *PBX* (três vezes), *Em Órbita* (duas vezes), *Carrocel* (duas vezes), *Onda do Optimismo* (duas vezes), *Sintonia 63*, *Meia-Noite*, *A 23^a Hora*, *Disco-teca*, *Contacto*, *A Noite é Nossa*, *Diário Rural*, *Parodiantes*, *Impacto*, *Clube das Donas de Casa* e *A Noite é Varig*, sendo os últimos dois programas e *Em Órbita* emitidos em FM (como dito acima, *Clube das Donas de Casa* também teve uma emissão em ondas médias). A maioria dos programas com relevo na revista pertencia à emissão de ondas médias, o que significa uma maior importância face a FM. A FM era ainda uma área a explorar, mas o preço de publicidade, mais baixo que o da onda média, começava a tornar aquelas frequências apetecíveis para os anunciantes (*Antena*, 15 de novembro de 1966). Um programa clássico (*Talismã*) e um programa de uma geração posterior (*PBX*) ficariam destacados: um pela longevidade; outro pelas realizações no exterior, fora da cabina de rádio e com público. A revista deu ainda destaque a dois programas dentro de outros programas: *Propam* (no programa *Contacto*) e *Senhor Messias* (no programa *Talismã*).

É curioso cruzar essa frequência de textos sobre programas com o livro *Telefonia*, de Matos Maia (1995: 236-286), membro da redação da revista e um importante elemento do RCP (chegou a responsável pela programação). Maia distinguiu dezanove programas inaugurados ou em curso na década de 1960. Desse conjunto, dezasseis eram emitidos em ondas médias: *23^a Hora* (Rádio Renascença), *Carrocel*, *Diário do Ar* (Rádio Renascença), *Diário Rural*, *Europa*, *Intocáveis*, *Jornal da APA*, *Leitura*, *Meia-Noite*, *Onda do Optimismo*, *Página Um* (Rádio Renascença), *Passatempos APA*, *PBX*, *Clube das Donas de Casa*, *Sintonia 63* e *Talismã*. Dois seriam programas de FM: *Em Órbita*, *Boa Noite FM*. Um último migrou da FM para as ondas médias: *Tempo ZIP*. No livro, Matos Maia não explicou as razões das suas escolhas. Porém, nota-se que a grande maioria dos programas a que dedicou atenção pertenciam ao RCP e nenhum à Emissora Nacional. Por outro lado, a escolha de programas de ondas médias é avassaladora e é significativo um programa passar de FM para as ondas médias, o que pode indiciar o grande peso das audiên-

cias em ondas médias. Alguns dos programas de maior impacto terminaram em 1974-1975, marcador de nova etapa da história da rádio. Aí, as estações de FM começariam a ganhar força, em especial quando as rádios livres passaram a emitir em FM ao longo da década de 1980.

Como eram os programas e os seus animadores? Muitos deles formavam uma dupla masculina e feminina. A revista *Antena* apresentou programas como *Clube das Donas de Casa*, com Henrique Mendes e Dora Maria, Fernando Rocha e Maria Eugénia (Porto), Etelvina Lopes de Almeida, Costa Pereira, Maria João Aguiar e Fernando Almeida (*Antena*, 1 de março de 1966):

“É o traço de união que estreita mais e mais as relações de milhares de mães de família de todos os pontos do país. Uma sede imaterial onde diariamente as donas de casa reúnem, discutem os seus problemas, defendem os seus interesses, procuram distração e divertimento. Porque as que residem aqui por Lisboa e arredores têm uma sede materializada, a sério, autêntica. O próprio CDC providencia por reuniões mensais, em que o pretexto de uma série de sorteios é convivência agradável e produtiva. [...] O CDC descobriu a fórmula ideal para transformar a publicidade em imensas regalias para as suas ouvintes e amigas”.

Um programa de relevo foi o *Meia-Noite*, surgido em outubro de 1959, emitido das 00:00 às 03:00. Produzido e realizado por Armando Marques Ferreira e António Miguel, tinha a palavra e as novidades musicais como eixos centrais (*Antena*, 15 de outubro de 1965). Ao longo dos anos, transmitiu crónicas (Fernando Peres), jazz (Luís Vilas-Boas), literatura (António de Sousa Freitas) e notícias. Para Dina Cristo (2005: 21), o *Meia-Noite* tornar-se-ia o primeiro grande programa noturno, naquilo a que a investigadora apresenta como transição da rádio de “disco-anúncio-duas tretas” (Cristo, 2005: 23) para a rádio de programas como *PBX* e *23ª Hora* (Renascença) e a frequência modulada. Na sua análise a este período, Nelson Ribeiro (2001: 102; 2002: 28) distinguiu o programa *Diário do Ar*, de Paulo Cardoso, na Rádio Renascença a partir de 1959, notabilizado pelo “facto de sair do estúdio levando a rádio para a rua e garantindo a cobertura de diversos acontecimentos sobre os quais, até então, só era possível obter informação através da imprensa”.

Ao longo das suas edições, a revista realçou alguns dos seus realizadores, jornalistas e apresentadores (Luís Filipe Costa, Jorge Alves, Fernando Curado Ribeiro, Igrejas Caeiro, António Miguel, Helena d'Eça Leal, Etelvina Lopes de Almeida, José do Nascimento e Maria João Aguiar). Sobre Luís Filipe Costa, o responsável dos noticiários do RCP ou o homem notícia, que tinha “a preocupação dominante de estar em cima do acontecimento para informar na altura com o máximo de pormenores”, respondeu o próprio: “posso ter um segundo de exclamação própria, mas logo me apercebo de que aquela notícia não veio para mim. E vou logo dá-la aos outros. Isto de ser noticiário é uma forma de estar alerta” (*Antena*, 1 de julho de 1966). De si próprio, dizia Fernando Curado Ribeiro, cançonetista, ator de teatro, cinema e televisão, assistente de realização de televisão, escritor, empresário e realizador comercial de rádio: “A minha atividade profissional tem, realmente, tocado quase todos os setores do espetáculo. Por esta razão, a partir de certa altura, comecei a sentir-me um profissional do espetáculo e não um ator, um locutor ou um produtor” (*Antena*, 15 de agosto de 1968).

Um dos mais velhos radiografados na revista foi José do Nascimento, que ganhara em 1940 o concurso “Qual o locutor das estações particulares que mais lhe agrada?” (*Antena*, 15 de maio de 1968). Antes, fora afinador do emissor da Rádio Luso e aí ficara como locutor, mudando-se depois para a Rádio Voz de Lisboa. Em 1945, quando entrou para os quadros do RCP, estava no auge da carreira. Dos mais antigos, ele produziu programas como *A Canção do Dia* (1945), *Os Grandes Mestres da Música* (1946), *O Meu Programa* (entrevistas) (1946), *A Guitarra e o Guitarrista* (1948) e *Diálogo de Instrumentos* (1949). Um dos primeiros programas de estereofonia do RCP, em 1968, seria o seu *Encontro no Ar*.

Teatro radiofónico

O teatro radiofónico (ou folhetim) foi tema de interesse para a revista, pois se tratava de um dos géneros radiofónicos mais populares, a seguir aos discos pedidos (*Antena*, 15 de Agosto de 1965; Cristo, 2005; Silva, 2001; Street, 2006). O teatro na rádio podia assumir uma de duas formas: teatro e folhetim, o primeiro com a transmissão de uma peça e

Livros LabCom

ocupado pela interpretação do texto acompanhado dos ruídos respetivos, de que a noite de teatro da Emissora Nacional é um exemplo. O folhetim é a dramatização radiofónica de um texto, de um romance histórico ou de uma história escrita especialmente para a rádio, com linguagem própria. Lia-se: “as histórias «teatralizadas» ante o microfone entram na intimidade de cada um, como um convite à evasão, à vivência de casos apetecidos [...] para lá do agrado do romance dado por palavras e sons, há todo o sortilégio, todo o mistério e fascínio da rádio” (*Antena*, 15 de agosto de 1965).

O teatro tinha raízes na rádio desde o começo desta (Silva, 2001: 59). Eduardo Street (2006: 68-69), que chamou teatro invisível ao teatro feito na rádio, indica que a adaptação de grandes romances à rádio começou em 1950, caso de *As pupilas do senhor Reitor*, na Emissora Nacional. Para a época, a estação pública fez uma superprodução, com adaptação de Adolfo Simões Müller e realização de Jorge Alves, música original de Belo Marques e nomes destacados do teatro da época como Samwel Dinis, Estêvão Amarante, Vasco Santana e Adelina Campos (Street, 2006: 70). Matos Maia (1995: 193) destacaria o teatro radiofónico mais popular, como a *Força do Destino* (1956-1957). Este folhetim, escutado numa das rádios minhocas (estações locais em ondas médias de pequena dimensão física e financeira, nascidas durante as décadas de 1930 e 1940), a Rádio Graça, com quase trezentos episódios, contava a história de Margarida, uma jovem com muletas, mais tarde repetido no RCP. O folhetim ficou conhecido como a Coxinha do Tide, marca de detergentes que patrocinava aquele teatro radiofónico (Silva, 2001: 60). Lily Santos, a voz da coxinha, tinha de caminhar normalmente quando era vista em público. Depois, quando se casou na realidade, a jovem protagonista do folhetim juntou uma multidão nas ruas, nas varandas e mesmo em telhados e árvores, tentando arrancar-lhe pedaços do seu vestido de noiva (Maia, 1995: 205). A ficção radiofónica transformou a personagem em estrela popular. O género folhetim ganhou muito público ouvinte, caso das donas de casa. Na revista *Antena* (15 de agosto de 1965), escrevia-se que “os romances históricos mais ouvidos são transmitidos por Rádio Clube Português, devido à simplicidade dos seus assuntos e ao elevado nível das suas

montagens e interpretações”.

Num texto de boa qualidade estética e conceptual, Fernando Curado Ribeiro dissertou sobre teatro radiofónico. Para ele, a “obra, partindo de um texto, é um conjunto indivisível, em que são elementos importantes texto, música, interpretação, realização, etc., reunidos no filme radiofónico, na «banda sonora»” (*Antena*, 15 de setembro de 1965). Por vezes, as peças teatrais já apresentadas ao público não se adaptavam ao meio radiofónico, o que levava a introduzir um narrador, voz que esclarece mas interrompe a ação. Matos Maia (1995: 193) entendia igualmente difícil a adaptação de romances a folhetins radiofónicos, pois as “obras não foram escritas para ser ouvidas, mas sim para ser lidas. [...] a sua estrutura e os seus diálogos são radicalmente diferentes”.

Algumas vozes do teatro destacaram-se. Vindas de um tempo anterior ao estudado aqui, Maia (1995: 198-202) recordou nomes que marcaram o teatro radiofónico: Manuel Lerenó, Álvaro Benamor, Odet Saint-Maurice e Jaime Santos. Outro exemplo seria o de Manuela Reis, intérprete em mais de vinte folhetins (*Antena*, 1 de outubro de 1965). Depois dos folhetins, ela dedicou-se a representar semanalmente teatro radiofónico, o que significa que, na época, havia uma distinção precisa entre os dois géneros.

O folhetim radiofónico despertou críticas: capaz de provocar desavenças conjugais, indisciplina no lar, distração dos elementos femininos, propagação de ideias pouco convenientes e imoralidade (*Antena*, 1 de setembro de 1965). A revista contabilizava cinco folhetins nas estações de Lisboa ao longo do dia, além das peças de teatro radiofónico que algumas emissoras apresentavam de manhã à noite. Em inquérito realizado pela revista, maridos queixavam-se do atraso das refeições por causa do folhetim, estudantes ouviam em férias os folhetins sem perder um episódio e outros inquiridos repudiavam a vizinhança que discutia entre si os pormenores do romance. Entre a rádio e o teatro estabeleciam-se comparações, nem sempre lisonjeiras, como reconhecia Igrejas Caeiro:

“Não repara nas constantes atuações radiofónicas dos nossos atores e atrizes? Fazem de locutores, leem crónicas e apontamentos, apresentam

espetáculos, dizem anúncios publicitários e possivelmente quando se indigna o meu nome para a distribuição de uma peça são capazes de deixar escapar uma exclamação deste género: Ah, não, o Caeiro não, é uma voz muito vulgarizada pela rádio, dá a impressão que estamos a ouvir um anúncio do Tide. E juro-lhe: foi coisa que nunca anunciei” (*Antena*, 15 de junho de 1968).

Jornalismo radiofónico

Além da programação, uma outra área forte na rádio é a informação, de que se destacam os noticiários. Estes ganharam corpo independente na transição da década de 1950 para a de 1960. No RCP, seriam emitidos quase todas as horas (três minutos), com o mais alargado às 20:00 (quinze minutos), o que significa que a televisão ainda não começara a verdadeira concorrência. Para Dina Cristo (2005: 40), as características da rádio como flexibilidade e rapidez permitiram à rádio manter a emissão noturna com grande audiência, em que o noticiário da hora de jantar encaixava. Nascia a ideia de notícia em cima da hora (Cristo, 2005: 36). Até então, a informação estava dispersa dentro dos programas. No livro *Telefonia*, Matos Maia (1995) não dá qualquer relevo aos noticiários, escrevendo apenas sobre informação dentro de programas como o *Jornal da APA*, que ele considerou um programa completo de música, notícias, desporto, humor e folhetins (Maia, 1995: 251). Profissional com carreira feita na programação, o esquecimento de Matos Maia pode ser significativo pois tem um capítulo sobre informação que não passa de uma exaltação à teoria matemática da informação (fonte, transmissor, sinal, recetor, destinatário).

Pela leitura de um texto saído na revista *Nova Antena* (31 de janeiro de 1969), conclui-se que os noticiários próprios do RCP começaram em 1960. Até aí, as notícias consistiam na leitura dos jornais, como se observaria na Rádio Renascença até 1972, quando Carlos Cruz foi nomeado para dirigir o serviço de noticiário (Ribeiro, 2002: 32). No RCP, Luís Filipe Costa, que abandonara a universidade para se dedicar à rádio, foi nomeado chefe de serviço de noticiários em janeiro de 1961 (*Antena*, 1 de julho de 1966). O profissional estreara-se em 1954 no te-

atro radiofónico da Emissora Nacional, passando no ano seguinte para a equipa radiofónica da agência de publicidade APA, como repórter de rua, e assumindo a direção da programação da agência em 1959. Em maio de 1960, entrara no quadro de locutores do RCP, com o seu trabalho a ganhar justa reputação (Serejo, 2001: 71).

No noticiário do RCP, passaram informações importantes, por vezes em primeira mão e com pormenores que não agradavam à censura, como o assalto ao navio Santa Maria (janeiro de 1961), a queda de Goa e outros territórios coloniais portugueses na Índia (dezembro de 1961), o assassinato do presidente americano John Kennedy (1963), as inundações de Lisboa (novembro de 1967), a renúncia de Johnson à candidatura da presidência americana e suspensão dos bombardeamentos no Vietname (1968) e a doença de Oliveira Salazar (1968), que levou Marcelo Caetano a substituí-lo. Sobre a doença do ditador, a revista escreveu: “os 1440 minutos de cada dia foram multiplicados por uma equipa atenta e desejosa de fazer o melhor na sua missão informativa” (*Antena*, 1 de outubro de 1968).

Um texto da *Antena* (22 de dezembro de 1965) apresentava as novas tecnologias da época (telefone, telex, gravador de fita magnética), sem esquecer a máquina de escrever, e os jornalistas e “noticiaristas”: Luís Filipe Costa (Prémio de Imprensa de 1967), Paulo Fernando (programa *Talismã*), Manuel Bravo (na estação desde 1965), Firmino Antunes (na área de desporto do RCP desde 1959), João Paulo Guerra (estagiara na Rádio Renascença e entrara no RCP como redator-locutor, apresentando programas como *A noite é nossa* e *PBX*), Carlos Manuel (assistente de produção do *Carrossel*), Fernando Quinas, Jorge Moreira e Duarte Ferreira (no RCP desde 1961). Em 1966, o serviço de noticiários do RCP ganharia o prémio internacional “Ondas”, recebido em Barcelona.

Tecnologias

Manuel Meneses, diretor técnico do RCP, escreveu vários textos sobre tecnologia nas páginas da *Antena*, pistas úteis para seguir a evolução tecnológica na rádio (*Antena*, 15 de maio de 1965). Em 1961,

Livros LabCom

estabeleceram-se quatro redes nacionais de emissores em FM: duas para a Emissora Nacional, uma para a Rádio Renascença e outra para o RCP. A autorização para este último veio em agosto de 1963, apesar de o RCP ter já um emissor em Lisboa a funcionar desde 1954 (*Antena*, 15 de maio de 1965). A autosuficiência de uma economia fechada evidenciou-se no emprego de mão de obra portuguesa de modo a que “a instalação das referidas redes se faça com um mínimo de dispêndio de divisas estrangeiras. No tipo de emissores realizados, apenas os componentes eletrónicos, por não existir indústria produtora nacional, são de origem estrangeira” (*Antena*, 15 de junho de 1965).

O mesmo Manuel Meneses escreveria sobre a receção e as críticas (a emissora “foge”, o som “arranha”) (*Antena*, 1 de julho de 1965) e fazia pedagogia. Para além da importância de *Antena* adequada, o diretor técnico do RCP indicava que, quando

“se procura uma estação de modulação de frequência, a sua sintonia aparece, em geral, pouco nítida, fenómeno que deriva das características de deteção do recetor, parecendo haver três pontos muito próximos, no quadrante, em que a intensidade do som aumenta. Quando isso sucede, o ponto do centro é o que corresponde à sintonia correta e que dá melhor qualidade de reprodução do som” (*Antena*, 1 de julho de 1965).

Na nota de abertura do número 8 de *Antena* (15 de junho de 1965), Jaime da Silva Pinto, um velho colaborador do RCP, referia-se à inauguração do emissor de FM em Portalegre como o “primeiro de uma rede que, num futuro próximo, proporcionará a todo o Portugal metropolitano a receção de programas de rádio nas mais perfeitas condições de escuta”. Escreveria ainda:

“Um emissor é sempre, para qualquer região, para qualquer cidade, o mais rápido meio de comunicação que as populações podem encontrar ao serviço dos seus interesses, para a afirmação dos seus valores, para a expansão das suas realizações, para a discussão dos seus problemas, para a divulgação da sua presença, da sua vivência” (*Antena*, 15 de junho de 1965).

O programador Jorge Alves dizia que a programação em FM era de boa qualidade e que ainda não tinha sido muito invadida pela publicidade (*Antena*, 15 de maio de 1965). Claro que tal significava um juízo errado, pois a FM só podia crescer com o apoio da publicidade. Então, disse-se que a FM “está agora a ser descoberta pelo grande público lisboeta, que já não compra mais aparelhos sem as tais teclas mágicas da boa música” (*Antena*, 1 de julho de 1965). Uma discussão muito circunscrita ao tempo foi a da estereofonia. Manuel de Meneses começou-a três anos antes da entrada em funcionamento dos primeiros emissores com essa facilidade, com uma definição de estereofonia muito precisa: “sistema de captação e reprodução de som, que utiliza duas ou mais fontes sonoras dispostas de tal modo que criem no auditor a sensação de «relevô» sonoro, pela identificação das direções de onde proveem os sons” (*Antena*, 15 de setembro de 1965). Mais à frente, acrescentava: “O ouvido humano tem a propriedade de, pela prioridade da chegada do sinal, poder determinar a direção da sua origem”.

O registo gravado e a recolha de sons ambientes seriam outros motivos de renovação tecnológica e sua reflexão. Para Alice Ogando, “quando montámos, por exemplo, o *Hamlet*, fomos para a Torre de Belém com os gravadores a fim de registarmos o barulho do mar e das ondas a rebentarem na muralha” (*Antena*, 15 de agosto de 1965). A atriz Carmen Dolores lembraria as tecnologias do teatro radiofónico da seguinte maneira:

“Primeiro, eu comecei pelo direto, numa altura em que não havia gravação, não existia qualquer sistema de gravação, era tudo em direto e depois do direto passámos a gravar em discos de massa. Lembro-me de ter gravado, por exemplo, o Frei Luís de Sousa, em disco. Nós não podíamos sequer enganar senão estragava-se o disco. Depois passou a ser em fio magnético. Quando vieram as máquinas de fita de arrasto dizíamos «agora já nos podemos enganar»... Já não tínhamos o impacto do direto e já não tinha a responsabilidade do direto” (Silva, 2001: 60).

Conclusões

Da análise da época, consideramos que a rádio em 1968 estava a preparar uma geração para os desafios futuros, quanto a produtores e a audiências. A programação estendera-se às 24 horas diárias, com necessidade de novos realizadores e animadores interessados em retratar a realidade do quotidiano fora da cabina, o que conduziu à perda de importância do programa baseado em disco-anúncio-conversa da treta (Cristo, 2005). Com a televisão muito controlada pelo Estado e uma imprensa conservadora no geral, e embora também mantivesse uma programação antiga, a rádio permitiu a experimentação quer em FM quer em ondas médias, em horários diferentes e voltada para públicos-alvo distintos.

Houve dois movimentos inovadores distintos que irromperam no período analisado. O primeiro foi o nascimento do programa *Em Órbita*, que deu a conhecer novos cantores e bandas de música popular de origem anglo-americana, em FM, emissão que captou novos públicos e originou estéticas muito criativas (locução, tipos de música, separadores sonoros). O segundo movimento foi o de programas em ondas médias com interesse pelas notícias ao fim de tarde ou noturnos. A jovem geração que fazia a rádio provinha da universidade e da rádio universitária, era cosmopolita na seleção musical, nas opções estéticas do cinema, teatro e música e tomava uma maior consciencialização política, provocada pelas guerras nas colónias que percorreram toda a década de 1960.

A meu ver, a rádio foi conteúdo e meio que contribuiu para a transformação política ocorrida em 1974, concorrendo com outras formas como a universidade, os cineclubes, os congressos políticos permitidos mas altamente vigiados e os partidos clandestinos. Assim se compreende a politização e as consequências de programas como *Página Um* (com suspensão do jornalista Adelino Gomes) e *Tempo Zip* (com suspensão do jornalista João Paulo Guerra), ambas já em 1972 (Ribeiro, 2002: 32). A criação de equipas de jornalistas e noticiaristas nas estações de rádio fora um importante fermento para a produção informativa, embora dilatadas no tempo: RCP em 1960, Renascença em 1972.

Menos explorado neste capítulo, os produtores externos ganharam

impacto na década de 1960, com as estações a alugarem-lhes espaços, o que permitiu estabelecer comportamentos variados em termos de estéticas e ideias que não a pura renovação. *Talismã*, das produções Gilberto Cotta, era um programa conservador ao longo da década de 1960. Outro produtor, os Parodiantes de Lisboa, especializados em programas de humor, lançaram no final do período analisado o *PBX*, com Carlos Cruz e Fialho Gouveia, com festas de rua que introduziram um movimento de abertura da cabina para o espaço público. Os produtores externos criaram uma concorrência entre os programas, o que significou a aposta de mais publicidade e maior riqueza para as antenas emissoras. Igual importância tiveram os fabricantes de discos e as lojas que os comercializavam (caso da Valentim de Carvalho, em Lisboa), criando o vocábulo discoteca, hoje usado para outra função também ligada à música, além dos promotores de espetáculos, que proporcionavam a circulação de músicos e cantores e contribuíam para a vedetização e consequente venda de discos.

Destaco também a programação mais popular como discos pedidos e folhetins radiofónicos, caso de *A Força do Destino*, que sedimentaram a audição quer nas zonas rurais quer nas cidades maiores, servida por uma tecnologia miniaturizada, o transístor. Num tempo em que a televisão ganhava espaço, a rádio era escutada não apenas em casa mas cada vez mais nas ruas, nos transportes e em qualquer sítio nos tempos de lazer. A mobilidade alargava o tempo de audição e um maior conhecimento dos que faziam a rádio, criando celebridades como as intérpretes dos folhetins ou os animadores de programas. Henrique Mendes, um dos locutores do programa *Clube das Donas de Casa*, tornar-se-ia um nome muito popular, também devido à sua posterior carreira na televisão. Artur Agostinho, depois também fixado pela televisão, construiu a sua reputação ao longo de uma carreira de relator de futebol. A revista *Antena* popularizou as estrelas do RCP, como Luís Filipe Costa, Maria João Aguiar e Matos Maia.

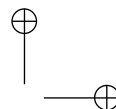
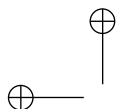
O não reflexo das lentas mudanças sociais, culturais e políticas do país na revista, que não em alguns programas de rádio, significa que a publicação estava nas mãos de uma entidade muito identificada com o regime político e não queria aborrecimentos com a censura. A pu-

blicação de muitos artigos da história da estação fixados no período da Guerra Civil de Espanha, quando o RCP tomou o partido pelo general Franco, justifica essa posição. A *Antena* juntava a programação quinzenal da estação com textos sobre programas de rádio e sobre as estrelas das indústrias culturais, em especial as de fama internacional como Elizabeth Taylor, Brigitte Bardot e Claudia Cardinale no cinema e Rita Pavone, Sandy Shaw e Françoise Hardy na música.

O capítulo, apesar de se referir a ele, não deu muita importância às questões tecnológicas, caso da estereofonia, que teria passado bastante despercebida na época do seu lançamento. Contudo, o surgimento e expansão da FM trouxe um novo vigor à rádio, fazendo da década de 1960 uma idade de ouro da rádio.

Bibliografia

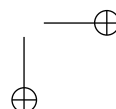
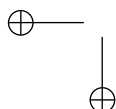
- CRISTO, D. (2005). A rádio em Portugal e o declínio do regime de Salazar e Caetano (1958-1974). Coimbra: Minerva Coimbra.
- MAIA, M. (1995). Telefonía. Lisboa: Círculo de Leitores.
- RIBEIRO, F. (1964). Rádio. Produção-realização-estética. Lisboa: Arcádia.
- RIBEIRO, N. (2002). A Rádio Renascença e o 25 de Abril. Lisboa: Universidade Católica Editora.
- RIBEIRO, N. (2001). “Momentos marcantes na história da Rádio Renascença (1937-1987)”. *Observatório*, 4, pp. 97-112.
- SEREJO, F. (2001). “Rádio – do marcelismo aos nossos dias (1968-1990)”. *Observatório*, 4, pp. 65-95.
- SILVA, V. (2001). “A rádio nos anos 50”. *Observatório*, 4, pp. 33-64.
- STREET, E. (2006). O teatro invisível. História do teatro radiofónico. Lisboa: Página 4.

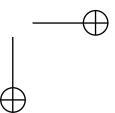
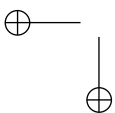
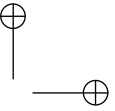
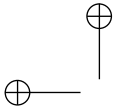


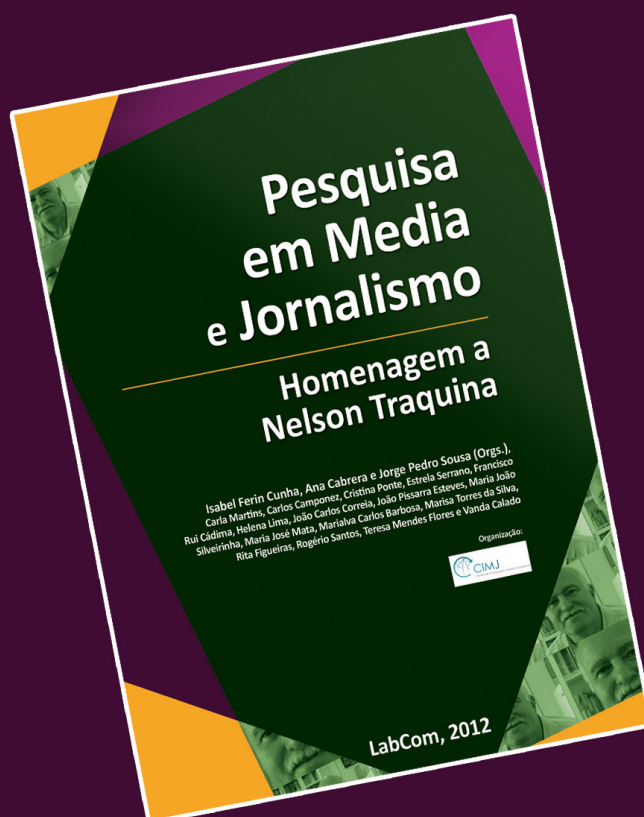
Revista

Antena (1965-1968).

Livros LabCom







Organização:



Apoios:

