

A perda da hegemonia da classe política nos plateaux informativos

Felisbela Lopes & Luís Miguel Loureiro & Phillipe Vieira

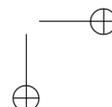
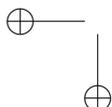
Universidade do Minho, Portugal

E-mail: felisbela@ics.uminho.pt, luis.m.loureiro@gmail.com,
phillipevieira@gmail.com

Espaço público e media: a quadratura do circo

A nossa aproximação à TV, nomeadamente à informação televisiva, faz-se através de uma perspectiva que a encara não enquanto *textos*, mas enquanto *discursos*. Mais do que *elementos da linguagem*, olhamos as emissões televisivas como *factos sociais*, ou melhor, como *elementos simbólicos* da realidade social que desenham, dentro do pequeno ecrã, uma espécie de ágora que condiciona a evolução do espaço público da sociedade contemporânea e é condicionada pelas alterações desse mesmo espaço.

Há dois eixos que se cruzam na discussão contemporânea do espaço público: um, que distingue as noções de *público* e *privado*; e um outro, que parte da separação problemática entre *real* e *virtual*. Mas há dificuldades em encontrar uma definição para este conceito. Poucos serão os que ainda arriscam delimitar o que *só* pertence ao público e o que *é exclusivamente* privado (McQuail, 2003: 67-68; Lopes, 2008: 91). Iguamente, não será tarefa fácil a dos que se queiram debater com a questão da *realização* e *reificação* do espaço público na contemporaneidade mediática, sejam os que o tomam já como mero *simulacro* (Miranda, 2008: 155), sejam os que preferem a sua concretização substitutiva como *espaço público mediatizado* (Mesquita, 2004: 95), o que leva a que outros, ainda, partindo de uma análise dos *media* como *quarto poder*, identifiquem na presente *crise* uma situação “*ameaçadora e um verdadeiro perigo para o próprio Espaço Público*” (Esteves, 2005: 26). Este, como conceito capaz de traduzir uma totalidade empírica, emerge crescentemente fugidio, somando-se apenas as certezas de que já pouco valerá a investigação de um inverificável *espaço público natural* (Martins, 2005: 158). Não surpreenderão, assim, os actuais caminhos da pesquisa que se desenvolvem no



sentido da *reformulação* conceptual do espaço público (Innerarity, 2010: 15), quando não mesmo da sua total ultrapassagem, através da busca radical de alternativas de ruptura, como será o caso de uma *política nocturna* passível de surgir no seio de *espaços de anonimato* (López-Petit, 2010: 120-127).

Talvez a investigação que enverede pela técnica nos permita perceber melhor a actual dificuldade. Se o eixo público/privado sempre foi, antes de mais, da ordem da *bios*, a separação real/virtual remete, porventura, hoje como nunca, à ordem da *tekhné*, e é a fusão de ambos no campo de uma experiência cada vez mais atravessada pela técnica que confirma a asserção de Moisés de Lemos Martins ao descrever a contemporânea crise do humano como “*imersão da técnica na história e nos corpos*” (2005: 160). De facto, se é certo que “*o espaço público nunca se reduziu à oposição entre público e privado, nem à simples mediação entre sociedade civil e Estado, nem mesmo à representação (...)*” (Miranda, 2008: 156), isso relacionar-se-á com a invasão, operada pela técnica, de todos os espaços modernos de *controlo da mediação*, na qual os *media* assumiram papel de vanguarda, levando ao extremo a noção do “*desenvolvimento de métodos de planeamento racional (que) mais não visaram do que controlar directamente o acontecimento, produzindo-o*” (Miranda, 2008: 157). É desta substituição do espaço público pelos seus correlatos mediáticos e mediatizados, isto é, da substituição do *acontecimento* pela *notícia*, que se ocupa a problematização da separação entre o *real* e o *virtual*. Observaremos, contudo, que é de uma verdadeira fusão de ambos os eixos que aqui se trata: a analítica de uma progressiva virtualização tecnologizante do espaço público pelos *media* não pode ser dissociada da pulverização histórica da fronteira da *publicidade*, sendo que esta será também um efeito de progressiva colonização pela primeira. Um dos modos de analisar esta fusão é a partir do conceito no seio do qual se fundem igualmente as noções de público e privado: o *espectador*.

Ao atingirem com uma força inaudita a vida privada, os *media* tecnológicos vêm reforçando o surgimento de um espectador paradoxal que, contrariamente ao que sucedia na época clássica (Arendt, 2001: 248-249), já não *aparece* na *ágora* da *polis*. Se existe, para este *tele-espectador* contemporâneo, uma *ágora*, esta só poderá desenhar-se sobre uma inversão que opera a partir do seu próprio espaço de intimidade, o que nos remete para o acima referido processo de diluição da fronteira entre o público e o privado. Para Jürgen Habermas (1997: 98), esta diluição terá começado a partir dos séculos

XVII e XVIII, “a aparecer nas formas de reunião e de organização de um público leitor, composto de pessoas privadas burguesas, que se aglutinavam em torno de jornais e periódicos”. Como sublinha Habermas, esta fase de constituição da esfera pública moderna (que se alimenta da emergência cultural de uma crescente massa crítica burguesa, progressivamente *mediada* por uma esfera pública reunida nas publicações da época) surge por oposição à esfera política de dominação das monarquias absolutas. Assim, dos círculos literários e culturais burgueses da alvorada moderna, isto é, *partindo de domínios privados* (da família para o mercado), se fará a reconfiguração moderna do espaço público, através da emergência de uma nova esfera pública que se há-de içar à formação da vontade na *polis*, introduzindo mudanças profundas no Estado e nas sociedades. Ao contrário da antiguidade grega, onde os domínios privado e público funcionavam por oposição, no mundo moderno são perspectivados em articulação. Essa articulação desembocou naquilo que Bragança de Miranda designa, em *Política e Modernidade*, o “controlo da mediação”, como “forma histórica de controlar o aparecer, de prever o acontecimento, antecipando-o ou produzindo-o” (2008: 156). Será a partir desta definição do espaço público moderno como *espaço de controlo do aparecer* que perceberemos a que ponto essa função se tornou essencial para a progressiva operação de substituição do espaço público moderno pelo espaço mediático virtualizado que hoje nos é possível diagnosticar.

Apesar de Habermas ter começado por sugerir-lo nas suas reflexões iniciais sobre o espaço público, provavelmente sob influência do seu mestre e fundador da Escola de Frankfurt, Theodor Adorno, especialmente no trabalho de referência *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, de 1962, as suas reformulações mais recentes já não apontam tanto para uma perda contemporânea do carácter político inicial nas esferas públicas configuradas nos e pelos *media* modernos. Na sua reflexão de 1991 sobre a democracia e o estado de direito, em *Faktizität und Geltung*, o filósofo nota, antes, o surgimento e a progressiva diferenciação funcional e cultural de múltiplas esferas públicas, sobrepostas numa esfera pública geral de estrutura anárquica. Será nesta que se forma e circula uma *opinião pública* eventual potenciadora da formação (política) da vontade, um processo que partirá, preferencialmente, da periferia para o centro (Habermas, 1997: 32-33; 113-115). Nessa obra, Habermas (1997: 107) concretiza, ainda, a proposta de uma esfera pública contemporânea dividida entre o que designa as *esferas públicas episódicas* (os bares, cafés, os encon-

tros de rua), as *esferas públicas da presença organizada* (os partidos, o teatro, as reuniões associativas) e a *esfera pública abstracta* dos meios de comunicação. As mais recentes evoluções do trabalho teórico de Habermas afirmam, contudo, uma muito mais evidente crença nas possibilidades de emergência política directa de esferas públicas compostas de sujeitos de acção, individuais ou colectivos, dispostos *vis-à-vis*, do que de um espaço público alimentado e *mediado* pelos meios de comunicação de massa.

Partilhando algum do cepticismo habermasiano relativamente à constituição de autênticas esferas públicas, potenciadoras de acção, através dos *media* contemporâneos, não pode deixar de nos interrogar a afirmação de uma vitalidade comunicativa e racional, potencialmente política e independente das mediações da esfera mediática, nas actuais sociedades. Quando nos apoiamos no trabalho teórico de outros autores, como o da também pensadora alemã Hannah Arendt, o que diagnosticamos é, precisamente, um processo diverso dessa vitalidade, que aponta para uma progressiva rarefacção do espaço público, entendido nas suas diversas esferas. De facto, das actividades da *vita activa*, só a acção e o discurso, nas quais participam o *actor* e o *espectador*, têm a sua génese na *polis*, que surge como a esfera da liberdade e da igualdade, a esfera dos *cidadãos* (Arendt, 2001: 45; 47). Mas esta esfera pressupõe um livre *aparecer* entre iguais, ou seja, a noção de *espaços de aparência* fisicamente partilhados, nos quais se reificam os produtos de uma acção cuja “*realidade depende inteiramente da pluralidade humana, da presença constante de outros que possam ver e ouvir e, portanto, cuja existência possamos testemunhar*” (Arendt, 2001: 119). O verdadeiro acto de cidadania, a tomada do poder de acção, implicará, assim, a existência de um *mundo comum* (Arendt, 2001: 73), cuja dissolução se relacionará, fatalmente, com a destruição da noção política de *espectador*¹. Se o ecrã de televisão, lançado na privacidade dos lares humanos durante o século XX, significou um passo em frente na *utilização* e no *consumo*, que são próprios do que está *privado de aparecer* (Arendt, 2001:136), sobrarão, pois, neste enquadramento, poucas

1. Neste aspecto, a *teoria da acção comunicativa* de Habermas encontra, em parte, as teses de Hannah Arendt. Em Habermas, a acção verdadeiramente política só pode realizar-se a partir das bases partilháveis de um *mundo da vida* (conceito da fenomenologia husserliana que Habermas adaptou numa perspectiva comunicacional e sociológica) que pressupõe, da parte de todos, o conhecimento e utilização comunicacional, orientada para o entendimento, de uma *linguagem comum* (Habermas, 1997: 86; 2004, 79-114).

hipóteses de uma inversão do *utilizador* e do *consumidor* num *cidadão* pleno. É certo que Hannah Arendt reconhece que, nas sociedades contemporâneas, o *consumo* emergiu da privacidade e da intimidade originárias, para se tornar *comum*, mas o facto de o *animal laborans* ter conquistado a antiga esfera pública não implica, para a autora, que possa, a partir dessa conquista, subsistir “*uma esfera verdadeiramente pública mas apenas actividades privadas exibidas em público*”, dado que “*as horas vagas do animal laborans nunca são gastas noutra coisa senão em consumir*” (Arendt, 2001: 157). Jean Baudrillard reforçará posteriormente esta ideia ao descrever a própria vida quotidiana como o *lugar do consumo* (2008: 26), um lugar de enclausuramento que “*seria insuportável sem o simulacro do mundo, sem o alibi de uma participação no mundo*” (2008: 27). Finalmente, desta vida quotidiana encerrada, o filósofo catalão Santiago López-Petit escreverá que “*não consiste em nada mais do que uma actividade privada cuja finalidade é produzir uma vida privada*” (2010: 85).

É certo que as mais recentes reformulações da discussão do espaço público, fundadas nas categorizações modernas, não se cansam de procurar caminhos de saída para alguns dos problemas que aqui procuramos identificar. Linhas de pensamento como a teoria habermasiana do espaço público já admitem, por exemplo, a possibilidade de discussão e deliberação públicas de assuntos que tradicionalmente pertenciam às esferas íntima e privada, por uma “*versão tolerante do princípio da neutralidade*” (Habermas, 1997: 40). Habermas não está a sugerir, com esta tolerância, uma abertura indiscriminada da antiga fronteira pública ao privado ou, muito menos, a admitir a irrupção indiscriminada da intimidade no espaço público. O filósofo e sociólogo alemão defende, pelo contrário, que “*a esfera íntima tem de ser protegida da curiosidade e dos olhares críticos dos outros; todavia, nem tudo o que é reservado às decisões de pessoas privadas deve ser subtraído à tematização pública*” (idem), propondo, assim, uma relação de complementaridade entre as esferas íntima e privada e as esferas públicas povoadas de sujeitos que emergem das primeiras. Daí que, para Habermas, a noção de um espaço público signifique, forçosamente, um povoamento (prévio e necessário) por sujeitos de acção individuais ou colectivos, cujo leque pode abranger desde “*associações que representam grupos de interesses claramente definidos, uniões (...) e instituições culturais (...), até ‘public interest groups’ (com preocupações*

públicas tais como protecção do meio ambiente, protecção dos animais, teste dos produtos, etc.)” (1997: 87).

A questão crítica que daqui emerge é a de que só nos parece realizável uma tal noção de espaço público mediante a verificação da pré-condição, que o próprio Habermas coloca diante de todas as restantes: a de que o espaço público só se torna possível pela via de uma acção comunicativa racional orientada pelo entendimento. Ou seja, para se realizar o espaço público habermasiano, que pressupõe a totalização possível da pluralidade, ele não necessita apenas de estar povoado, mas de sê-lo *comunicacionalmente*, por autênticos sujeitos racionais capazes de um agir político, aberto e apontado às possibilidades do consenso (Habermas, 1997: 90-91).

O modelo do filósofo alemão situa-se, pois, irremediavelmente, numa noção *ideal* de espaço público (Lopes, 2008: 86) e funda-se, obviamente, sobre as categorias clássicas e modernas do sujeito político. Note-se como, desde logo, ele reclama a presença de *actores* e *espectadores* cujas actividades visam a elaboração racional e objectiva da *polis* e não a mera defesa de interesses subjectivos, fragmentários e privados. Se o modelo habermasiano nos parece realizável num contexto criticamente *povoado* de espaço público, percebe-se, pois, a sua muito maior dificuldade nos contextos de esvaziamento e anonimização que se observam na contemporaneidade mediática. Um desses contextos será o da irrupção, nos *espaços de aparência*, de actores cujo agir é, no sentido habermasiano, estratégico, orientado para fins, isto é, para sucessos específicos que se consomem e se esgotam em si mesmos. O grande problema do espaço público habermasiano e, no fundo, de uma discussão do espaço público que se mantenha presa às categorias tradicionais, será, enfim, a sua potencial neutralização, para não dizermos inutilização política.

Para autores como Daniel Innerarity, esta é uma situação que confronta a própria ideia de *espaço público*, a qual, pelo contrário, “*exige que nos situemos à margem da tendência geral para pensar a sociedade com base nos direitos do indivíduo ou nas utilidades económicas*” (Innerarity, 2010: 21). O certo é que, como atrás sublinhámos, se se observa o esvaziamento de um *espaço público de cidadãos*, uma das consequências desta tomada do lugar do *espectador* pelo *utilizador* e pelo *consumidor*, e da elevação do íntimo à categoria do público, será a que se percebe da simultaneidade da *virtualização* e da *privatização* do espaço público e da esfera política, cuja transposição, durante todo o século XX, para os mais indefinidos espaços da *visibilização*

mediática, se terá feito acompanhar também de uma cada vez maior ocupação destes pelos assuntos da esfera individual (Lopes, 2008: 108; Innerarity, 2010: 31-39).

Com a virtualização colonizadora do espaço público pelos espaços de aparência mediáticos, produzir-se-á, na verdade, um *efeito ilusório sobre um desfasamento*. Os *media*, ao tornarem *visível*, tornam eufemisticamente acessível. Ao espaço público substitutivo que promovem, todos parecem poder aceder. Há sempre, nos novos ou nos velhos *media*, um potencial cinético, uma mobilização permanente do *espectador*. Sob as luzes onde se revela o visível, todo o movimento parece simples e possível. É dia *em qualquer lado*. Assim *se mostra* o espaço público eufemisticamente sobrepovoado dos *media*. Eufemisticamente povoado de eufemísticos cidadãos numa eufemística democracia, na qual todos têm a ilusão do acesso. Mas eis que uma escavação noutros estratos revela a invasão do vazio, o efectivo desfasamento. Ali, onde os processos de decisão verdadeiramente se formam, a luz só muito raramente entra, e há-de necessitar sempre de percorrer refrações e reflexões num trajecto sinuoso que cruza, invariavelmente, num binómio inescapável, poder e capital. Ou seja: o processo de visibilização dos *media* mais não produzirá do que uma *imagem de espaço público* que não se limita a distorcê-lo. É uma imagem diversa, substitutiva, que se impõe a uma oculta rarefacção da qual os nossos olhos estão apartados.

Estamos, pois, a atingir o ângulo de um questionamento fulcral, que desdobra o *desfasamento* em duas questões: i) será democrático o *espaço virtual dos media*? Ou seja, ii) poderá ser tomado como verdadeiramente *público* o território dos processos de tomada de decisão, esse espaço rarefeito onde a *Realpolitik* verdadeiramente ocorre (Miranda, 2008: 23)?² Julgamos aqui resumir um dos problemas mais prementes das sociedades contemporâneas ocidentais: a tantas vezes denominada *crise da democracia representativa*. Procurando responder a esta questão, iremos perscrutar aquilo que é feito naquele que será o meio de comunicação (ainda) com a maior centralidade: a televisão. Aí, analisaremos com atenção o grau de participação da classe po-

2. Em *Política e Modernidade* (1997), Bragança de Miranda descreve a irrepresentabilidade da *política realmente existente* (a *Realpolitik*) através do paradoxo de uma visibilidade ilusória: “a política é irrepresentável em qualquer dos operativismos e instituições por que *perpassa*, constituindo o seu conjunto um espaço de visibilidade daquilo que não está lá” (2008: 23).

lítica nos *plateaux* informativos. Os políticos continuarão a ser os mais solicitados para os estúdios televisivos, tal como concluímos numa investigação desenvolvida à volta da informação semanal dos canais generalistas portugueses, difundida entre 1993 e 2005 (Lopes, 2007)?

A TV dos políticos

A centralidade da TV na reconfiguração do espaço público: caminhos de análise

A televisão é, desde o século passado, o meio de comunicação social mais presente na vida das pessoas. Pela acessibilidade, pela programação contínua, pela oferta diversificada e progressivamente mais próxima do quotidiano... Mesmo longe de uma perspectiva que lê a sociedade somente a partir das mudanças tecnológicas³, pensamos que a evolução do audiovisual, ao permitir novas e diferentes mediatizações, novas e diferentes abordagens discursivas, fomenta uma outra economia da representação social e, conseqüentemente, renovados regimes de regulação simbólica. Qualquer leitura do espaço público contemporâneo nunca poderá estar completa sem integrar uma análise da televisão, nomeadamente na sua vertente jornalística, de indiscutível protagonismo e centralidade sociais. Ao fazer da publicitação das relações humanas o vector contínuo da sua actuação, a informação televisiva assume-se como mecanismo privilegiado na transformação dos factos privados e sociais em factos públicos, operando nas sociedades actuais as maiores mudanças qualitativas do mapa social.

Muitos são aqueles que retiram à informação televisiva a capacidade de promover um debate que problematize questões actuais, que interesse a todos, sem ser *voyeurista* naquilo que procura saber, nem excessivamente intimista nas perguntas formuladas aos respectivos interlocutores. Pressionada

3. Não seguindo um determinismo tecnológico para ler as influências dos *media*, isso não significa que ignoremos as influências das tecnologias em relação às quais não temos qualquer posicionamento demoníaco. Estamos, por isso, distantes de teses como as de Robert Musil (1990), para quem a sociedade tecnológica produz um homem sem qualidades, e mais próximos de pontos de vista como os de Roger Silverstone (1991), que faz repousar no audiovisual grande parte da responsabilidade pelas profundas alterações que provocou na relação entre o indivíduo e a sociedade.

por constrangimentos económicos, a televisão verga frequentemente o seu trabalho aos gostos mais populares e aos rostos mais conhecidos, o que, como afirma Victoria Camps (2004: 45), não faz dela “o cenário idóneo para que se converta na ágora deliberativa no nosso tempo”. Terá certamente razão a filósofa espanhola, mas, como a própria reconhece, não será eficaz um discurso demonizador do audiovisual. Importará, sobretudo, perscrutar o que essas cenas televisivas absorvem e devolvem relativamente ao que lhes é exterior. Esse exercício permitirá perceber o que é iluminado e aquilo que, sendo importante para a vida social, permanece em zonas sombrias.

Procurando delinear o retrato daqueles que falam nos *plateaux* de informação e, conseqüentemente, conhecer que tipo de espaço público é aí construído, estudámos a oferta informativa dos canais generalistas (RTP1, SIC e TVI) e dos canais temáticos de informação (SICN, RTPN e TVI 24) durante meio ano (de Setembro de 2010 a Fevereiro de 2011). Nesse tempo, foram identificados todos os convidados dos conteúdos informativos emitidos entre as 18h00 e as 01h00, de segunda a sexta-feira. A este estudo, foi ainda acrescentada a análise dos fóruns de informação dos canais temáticos, espaços de participação do telespectador por excelência.

Cada convidado foi caracterizado em função de seis variáveis:

- Profissão
- Lugar de origem
- Sexo
- Mote do convite
- Ligação ao tema do programa
- Ligação ao programa

O período aqui considerado permitiu a análise de 1054 programas⁴ que contaram com a participação de 1297 convidados em estúdio, distribuídos pelos seis canais de televisão estudados. Neste universo, iremos atender a um grupo muito particular: os políticos. Nos últimos anos do século XX, foi deles o *plateau* de opinião na TV portuguesa (Lopes, 2007). Ao entrar na segunda década do século XXI, continuará a classe política a poder reclamar essa hegemonia da palavra televisiva, tão importante na reconfiguração do espaço público (mediático)?

4. Estes programas estão distribuídos da seguinte forma pelos diferentes canais:

* RTP1 = 94 (8.9%); SIC = 32 (3%); TVI = 35 (3.3%).

* SICN = 334 (31.7%); RTPN = 273 (25.9%); TVI 24 = 286 (27.1%).

A presença dos políticos nos plateaux televisivos

Percorrendo os convidados que, entre Setembro de 2010 e Fevereiro de 2011, os canais generalistas e temáticos trouxeram para os estúdios informativos, repara-se que já não é a classe política a mais requisitada. São os jornalistas. Já tínhamos assinalado essa tendência, ao estudar o principal noticiário do canal informativo de serviço público nas primeiras 20 semanas de emissão (entre 29 de Setembro de 2008 até 13 de Fevereiro de 2009) e, passado um ano, ao repetir essa mesma amostra (entre 28 de Setembro de 2009 a 12 de Fevereiro de 2010). O primeiro e o segundo estudos (Lopes, 2009; Lopes, 2011) apresentam a mesma conclusão: os jornalistas são os mais solicitados. Subalterniza-se, assim, a classe tradicionalmente hegemónica dos estúdios informativa, as elites políticas do poder, a confraria que, durante muitos anos, foi detentora de um lugar cativo de grande destaque na TV (Lopes, 2007).

Não significa isso que os políticos tenham desaparecido dos ecrãs informativos. Na televisão generalista, eles estão bem presentes no canal de serviço público, a RTP1. Essa presença deve-se não à informação diária (os noticiários só excepcionalmente levam convidados a estúdio), mas, sobretudo, à informação semanal. A grelha da RTP1 emite, em horário nobre, três programas semanais com convidados em estúdio e todos seguem uma linha editorial orientada para a discussão política e, conseqüentemente, desenvolvem-se graças à presença dos políticos (em painel fixo no caso do “Corredor do Poder”, com convidados variados no caso do debate “Prós e Contras” e da “Grande Entrevista”). Os canais privados não integram formatos informativos de conversação em estúdio. No período estudado, apenas por duas ocasiões SIC e TVI tiveram em estúdio políticos. E isso aconteceu no principal noticiário de cada uma das estações. A SIC recebeu, em Setembro, o presidente da Câmara Municipal de Torres Vedras, Carlos Miguel, num debate inserido no “Jornal da Noite” sobre a comunidade cigana em Portugal; e em Dezembro o canal promoveu um debate entre os candidatos presidenciais Cavaco Silva e Fernando Nobre. A TVI convidou, em Outubro, o presidente do PSD Pedro Passos Coelho para discutir, no “Jornal Nacional”, o Orçamento do Estado; e, em Janeiro, convidou o ex-primeiro ministro Santana Lopes para falar da campanha presidencial.

Os canais temáticos de informação, apresentando uma programação essencialmente de fluxo, têm muito mais espaço em antena para convidados.

Aliás, grande parte do serão informativo faz-se com a discussão da actualidade em estúdio. Neste contexto, jornalistas (em primeiro lugar) e políticos (em segundo lugar) são os mais presentes nos *plateaux* desses canais, nomeadamente na SICN e na RTPN⁵, os dois canais de informação com mais audiência. Interessante o facto de o principal noticiário de cada um dos canais (“Jornal das 9” na SIC e “À Noite, as Notícias” na RTPN) integrar em cada edição um frente-a-frente constituído pela classe política para discutir os acontecimentos em notícia. São os políticos os escolhidos para descodificar aquilo que a TV marca como o mais importante do dia. Falamos aqui de um grupo restrito. De uma elite política que detém/deteve cargos e que capitaliza notoriedade mediática.

Se numa sociedade democrática quem detém o poder político vê nos programas informativos o seu principal palco de exposição e, conseqüentemente, de rentabilização de popularidade, quem conduz tais emissões encontra nesse grupo aquilo a que Pierre Bourdieu chama “*poder simbólico*”, que atrai alguma audiência (variável ao longo do tempo) e a garantia de que as respostas nunca serão monossilábicas, mas dadas num registo algo empolgado no qual se misturam razão e emoção. Estamos aqui ao nível de um “*saber-opinião*” cuja verdade é intrínseca a quem fala, o que acentua (mais) uma selecção personalizada orientada por critérios de notoriedade. Num livro em que fala das entrevistas que, então, conduzia na RTP1, a jornalista Judite de Sousa interroga-se se “*os políticos estão reféns dos media*” para afirmar o seguinte: “*A observação e a experiência dizem-me que sim.*” (2002: 16). Poder-se-ia acrescentar que também a TV, principalmente aquela que é feita por uma programação de fluxo informativo, também está cativa da atracção que os políticos têm em relação aos palcos televisivos.

Olhando para os Quadro 2 e 3 e detendo-nos, sobretudo, no grupo dos políticos, constatamos que a classe política com funções governativas não tem uma presença assinalável nos estúdios de TV. Nos canais generalistas, está mais presente na estação de serviço público, certamente também por ser aquela com mais programas de conversação em estúdio. Essa tendência não tem réplica no respectivo canal informativo: a RTPN. Nos canais temáticos, é na SICN que os governantes encontram mais tempo de palco mediático.

5. O canal TVI24 tem um leque de convidados de perfil profissional mais variado, o que esvanece a presença da classe política.

Tabela 1: **Convidados mais solicitados para os *plateaux* televisivos**

Canal	Total de convidados	Percentagem de jornalistas	Percentagem de políticos
RTP1	81	6.1	55.5
SIC	21	66.6	9.5
TVI	18	55.5	11.1
SIC NOT	299	30.4	27
RTPN	463	37.7	20
TVI24	415	37.8	13.4

Sublinhe-se, a este nível, a atenção conferida a personalidades da administração local. Se atendermos à representação partidária, sobressai uma prioridade dada ao Partido Socialista e ao Partido Social Democrata, tal como acontece com a representação parlamentar, embora o PS seja mais valorizado nos canais de serviço público e no TVI24 e o PSD mais requisitado na estação privada SICN. Os restantes partidos com assento parlamentar não vêm na TV um espelho inequívoco daquilo que constitui a sua representatividade no hemiciclo político. Se tal acontecesse, o CDS registar-se-ia em terceiro lugar; o BE, em quarto lugar; o PCP, em quinto lugar e o PEV, em sexto lugar. Os Quadros 2 e 3 contrariam esse *ranking* sufragado nas urnas.

Tabela 2: **Convidados mais solicitados para os *plateaux* televisivos (por canal)**

Canal	Convidados	Jornalistas	Gov.	Adm. Local	PS	PSD	CDS	BE	PCP	Ou-tros	
RTP1	81	5	4	5	8	5	7	7	9		
SIC	21	14	1	1							
TVI	18	10		1		1					
SIC NOT	299	91	4	14	16	28	8	5	6		
RTPN	463	175	5	2	23	21	15	14	13		
TVI24	415	157	3	13	15	10	3	9	3	1	
Total	1297	452	17	36	62	65	33	35	31	1	
					280						

Tabela 3: Convidados mais solicitados para os *plateaux* televisivos (por mês)

Mês	Total	Jornalistas	Gov.	Adm. Local	PS	PSD	CDS	BE	PCP	Outros
Set.	198	75	2	5	10	14	7	8	5	
Out.	243	89	4	10	11	11	7	7	5	
Nov.	203	61	2	7	6	12	4	4	7	
Dez.	247	89	3	5	13	7	6	6	4	1(MRPP)
Jan.	191	66		5	11	9	4	4	2	
Fev.	215	72	6	4	11	12	5	6	8	
Total	1297	452	17	36	62	65	33	35	31	1

Se bem que a classe política tenha perdido, nos últimos tempos, algum protagonismo mediático, os números evidenciam uma presença televisiva ainda assinalável. No entanto, não se pense que o círculo daqueles que falam é amplo. O grupo das elites políticas com acesso directo aos *plateaux* informativos faz-se de muitos repetentes. Se a entrada nos *plateaux* televisivos privilegia aqueles que já conquistaram *inter pares* alguma importância política, a visibilidade mediática que a televisão proporciona revela-se um meio estruturante da identidade pública desses actores políticos. Se quem fala na TV são as elites, elas perpetuam-se no poder de acordo com a capacidade de circulação no espaço público televisivo. “*Quem não aparece nos media não existe para a realidade política e quem aparece esporadicamente e com uma imagem disfuncional será um elemento marginal*”, escreve Sanchez Noriega (1997: 244), que reconhece igualmente que “*hoje seria improvável que alguns líderes de épocas pré-mediáticas tivessem existido*” (1997: 254). Concisão naquilo que se diz e expressividade na forma como se diz são actualmente traços exigidos ao discurso de qualquer convidado a participar numa entrevista/debate televisivos, porque também interessa fixar os telespectadores à emissão. A isto junta-se o capital de notoriedade que cada um apresenta como condição mínima de acesso aos *plateaux* televisivos. Neste contexto, o grupo dos seleccionáveis não é muito extenso, sendo comum a presença dos mesmos políticos em diferentes programas do mesmo canal e em canais diferentes ou em várias edições do mesmo formato para falar de assuntos diversos.

Tabela 4: Convidados que repetem a presença nos *plateaux* televisivos (amostra entre Setembro de 2010 a Fevereiro de 2011)

Políticos	Partidos	Num. de repetições em estúdio
João Semedo	BE	9
João Teixeira Lopes	BE	3
José Manuel Pureza	BE	4
Luís Fazenda	BE	5
Cecília Meireles	CDS	4
Diogo Feio	CDS	3
Nuno Melo	CDS	7
Pedro Mota Soares	CDS	5
Ribeiro e Castro	CDS	3
Telmo Correia	CDS	3
Teresa Caeiro	CDS	2
António Filipe	PCP	6
Bernardino Soares	PCP	3
Honório Novo	PCP	6
Jerónimo de Sousa	PCP	2
João Oliveira	PCP	7
Ana Catarina Mendes	PS	3
Ana Gomes	PS	2
António Costa	PS	6
António José Seguro	PS	4
Correia de Campos	PS	4
Francisco Assis	PS	5
João Galamba	PS	6
João Soares	PS	3
Jorge Lacão	PS	3
José Lello	PS	4
Manuel Seabra	PS	4
Maria de Belém	PS	2
Pedro Silva Pereira	PS	2
Ricardo Rodrigues	PS	3
Sérgio Sousa Pinto	PS	6
Vítor Ramalho	PS	2
Ángelo Correia	PSD	5
António Almeida Henriques	PSD	3
Diogo Leite Campos	PSD	2

[continua na próxima página...]

[...continuação]

Políticos	Partidos	Num. de repetições em estúdio
Guilherme Silva	PSD	3
Luís Montenegro	PSD	3
Manuel Castro Almeida	PSD	2
Marco António Costa	PSD	8
Maria José Nogueira Pinto	PSD	2
Mário David	PSD	2
Miguel Frasquilho	PSD	4
Miguel Macedo	PSD	3
Miguel Relvas	PSD	2
Pacheco Pereira	PSD	7
Paula Teixeira da Cruz	PSD	2
Paulo Mota Pinto	PSD	2
Paulo Rangel	PSD	4
Pedro Duarte	PSD	4
Pedro Passos Coelho	PSD	2
Santana Lopes	PSD	2
Teresa Morais	PSD	2

Notas finais

Se olharmos a TV como um espaço público no seio do qual se organiza a experiência social mediante um exercício reflexivo declinado por um grupo diversificado de actores, ficaremos desiludidos. Não é esse o retrato que apurámos deste e de outros estudos que temos vindo a fazer. Circunscrevendo a nossa análise à classe política presente nos estúdios informativos, sobressaem dois dados:

- Quem selecciona os convidados para os *plateaux* de informação já não dá a primazia aos políticos;
- Os políticos que falam na TV continuam a ser uma elite próxima do poder dominante que se constitui como uma confraria de acesso muito restrito.

Com efeito, cada um destes sucessivos estudos confirmará e trará mais luz sobre o cenário teórico antes traçado de uma *ilusão que se impõe sobre um desfasamento*. Detenhamo-nos em cada um destes aspectos.

A *ilusão* descreve uma operação substitutiva: o ecrã televisivo transformado em ágora (virtual) à qual todos, *actores e espectadores*, têm um pre-

tenso acesso garantido. O que encontramos neste trabalho nega, contudo, quaisquer pretensões de universalidade desse acesso. Um primeiro constrangimento emerge directamente da separação técnica imposta pelo *medium*: *actores* e *espectadores* mantêm, na ágora televisiva, uma co-presença meramente virtual. O *espaço de aparência* gerado, partilhável, é o do ecrã, sendo imposta ao *espectador* uma (tele) separação irremediável, politicamente inibidora. Isto é: na ágora televisiva, o *actor* e o *espectador* mantêm-se como realidades distintas, o que nos remete para a discussão das promessas tecnocentradas que afirmam o maior potencial de ligação dos *novos media*⁶. Há um segundo constrangimento que surge, essencialmente, da noção de *representação*, e que a afirma como *crise*. A perpetuação das *confrarias*, isto é, da manutenção de *plateaux* de programas de informação cuja composição tende a repetir-se e reproduzir-se no tempo, com pouca variação, revela não apenas a existência de um apertado funil de acesso, mas também a complexa elaboração de um processo de *representação mediática* pela substitutiva produção de uma *imagem de espaço público*. Neste processo cruzar-se-ão, cada vez mais, as noções de *representação dos eleitos* (os representantes da classe política, os *actores*) e de *representação dos eleitores* (os representantes dos cidadãos, os *espectadores*). Uma das hipóteses que daqui emerge poderia ser a de que a progressiva preponderância dos jornalistas nos *plateaux* televisivos se deva a essa necessidade de afirmar o acesso universal a uma ágora onde todos são livres e iguais. Percebe-se, pois, imediatamente, a *ilusão*.

Assim como se revela também o *desfasamento*, a que a *ilusão* tende a sobrepor-se. Trata-se, como atrás se propunha, de um desfasamento que se relaciona directamente com a actual *crise da democracia representativa*: o desfasamento entre o que emerge à visibilidade mediática, reflectindo, nomeadamente, os processos de formação da vontade, e a *Realpolitik*, isto é, a política realmente existente, na qual os processos institucionalizados de tomada de decisão se desenvolvem no seio de territórios politicamente rarefeitos. Este desfasamento surge-nos quer a um nível superficial, fornecido pelos nossos dados empíricos que denunciam um erro directo entre a representação eleitoral e a representação mediática dos eleitos, quer a um nível mais profundo, que

6. Daí que um dos aspectos que interessam, numa perspectiva mais ampla, ao projecto de investigação no qual se insere este trabalho seja, precisamente, o de saber também a que ponto se está ou não a verificar a integração do espectador nos conteúdos e *plateaux* da informação televisiva.

necessita de uma análise comparativa, sincrónica e diacrónica, do *discurso* político produzido nos e para os *media* e as decisões efectivamente tomadas na esfera política. Neste sentido, a *ilusão* pretenderá atingir um efeito terapêutico que estará a actuar tanto ao nível superficial, através da compensação da relação de representação entre *eleitos* e *eleitores*, trazendo mais jornalistas aos *plateaux*, quer sobre camadas mais profundas do problema. Poderíamos dizer que ao trazer uma representação cada vez maior de *espectadores* informados e qualificados aos *plateaux*, ou seja, os jornalistas, a televisão estará a promover uma terapêutica que, recorrendo à ilusão da representação dos eleitores, pretende atingir o âmago do desfasamento: só *espectadores* informados e qualificados parecem reunir as condições que permitirão aos *eleitores* o potencial de partilha e co-presença, entre livres e iguais, numa verdadeira ágora política, na qual estejam também os *actores*. Dito de outro modo: os jornalistas convidados para os *plateaux* da informação televisiva emergem como *espectadores* necessários, capazes de explicar e denunciar o desfasamento. A questão que daqui sobra relaciona-se com o próprio dispositivo da visibilidade mediática, que actua tanto para os representantes dos eleitos como para os representantes dos eleitores, produzindo uma rarefacção em ambos os campos, que produzirá novos níveis de questionamento. Mas esse será já um problema que, pelo seu alcance, ultrapassa o âmbito do presente estudo.

Tal como sublinhámos, qualquer investigação acerca do espaço público encontra no estudo dos *media*, particularmente da informação televisiva, terreno fértil para ponderar que tipo de esfera pública estamos hoje a construir. Como os dados aqui apresentados fazem sobressair, estaremos longe de uma esfera pública como lugar que reflecta processos diversificados de configuração da opinião. Olhando os ecrãs da TV, percebemos que eles são dominados por dois grupos: jornalistas e políticos, os mais hábeis em colocar o poder em cena, os mais desembaraçados no verbo e no gesto ajustados aos ritmos da TV. Percorrendo os nomes dos convidados para os debates/entrevistas televisivas, percebe-se que quem é incapaz de adaptar o seu discurso aos códigos televisivos (construir uma palavra pública mediada) não pode falar em televisão; quem é desconhecido da opinião pública está também excluído, a menos que protagonize um acontecimento com grande amplitude; quem não pertence a instituições centrais onde se exerce o poder político tem também poucas hipóteses de ser convidado de um programa de informação semanal. Consequentemente, constrói-se, no espaço televisivo, uma enorme espiral de

silêncio que se vai avolumando ao longo dos anos. Que está dentro do pequeno ecrã, mas que tem consequências fora dele. Não será por acaso que a renovação dos políticos não acontece nos *plateaux* televisivos, tal como não acontece no interior dos partidos. Porque política e TV progridem sendo o espelho uma da outra. Por isso, é preciso de quando em vez provocar alguns estilhaços. Para haver uma certa renovação que confira alguma vitalidade ao espaço público (televisivo).

Referências

- ARENDDT, Hannah, *A Condição Humana*, Lisboa: Relógio d'Água Editores, 2001.
- BAUDRILLARD, Jean, *A Sociedade de Consumo*, Lisboa: Edições 70, 2008.
- BOURDIEU, Pierre, *Sobre a Televisão*. Oeiras: Celta, 1997.
- CAMPS, Victoria, “*Opinión pública, libertad de expresión y derecho a la información*”. In *Ética de los medios: una apuesta por la ciudadanía audiovisual*. Barcelona: Gedisa Editorial, 2004.
- ESTEVEVES, João Pissarra, *O Espaço Público e os Media – Sobre a Comunicação entre Normatividade e Facticidade*, Lisboa : Edições Colibri, 2005.
- HABERMAS, Jürgen, *Direito e Democracia – Entre facticidade e validade*, Vol. II, Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.
- HABERMAS, Jürgen, *Pensamento Pós-Metafísico*, Coimbra: Almedina, 2004.
- INNERARITY, Daniel, *O Novo Espaço Público*, Lisboa: Editorial Teorema, 2010.
- LOPES, Felisbela (2011). “Quando o lugar da redacção condiciona a composição do *plateau* informativo: análise do noticiário *À Noite, as Notícias* (RTPN), In *Estudos televisivos: Diálogos Portugal e Brasil* (no prelo, a sair em 2011).
- LOPES, Felisbela. “Quando a informação televisiva se faz com elites especializadas”. Revista *Jornalismo e Jornalistas*, n.º 38, 2009.
- LOPES, Felisbela, *A TV do Real – a Televisão e o Espaço Público*, Coimbra: Minerva, Coimbra, 2008.

- LOPES, Felisbela, *A TV das Elites*. Campo das Letras, 2007.
- LÓPEZ-PETIT, Santiago, *A Mobilização Global seguido de O Estado-Guerra e outros textos*, Porto: Deriva Editores, 2010.
- MARTINS, Moisés de Lemos, *Espaço Público e Vida Privada*, in *Revista Filosófica de Coimbra*, nº 27, Coimbra: Instituto de Estudos Filosóficos da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, 2005.
- McQUAIL, Denis, *Teoria da Comunicação de Massas*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.
- MESQUITA, Mário, *O Quarto Equívoco – O Poder dos Media na Sociedade Contemporânea*, Coimbra: Minerva Coimbra, 2004.
- MIRANDA, José A. Bragança de, *Política e Modernidade – Linguagem e Violência na Cultura Contemporânea*, 2ª edição, Lisboa: Edições Colibri, 2008.
- MIRANDA, José A. Bragança de, *Teoria da Cultura*, 2ª edição, Lisboa: Edições Século XXI, 2007.
- MUSIL, Robert, *El Hombre Sin Atributos*. Ed Seix Barral Barcelona, 1990.
- SÁNCHEZ NORIEGA, José Luis. *Crítica de la Seducción Mediática*. Ed. Tecnos, 1997.
- SILVERSTONE, Roger, “From Audiences to Consumers: The Household and the Consumption of Communication and Information Technology”. “*European Journal of Communication*”, 6 (2), 135-154, 1991.
- SOUSA, Judite, *Olá Mariana: O Poder da Pergunta*. Oficina do Livro, 2002.