



A. Estado, Poderes e Sociedade
B. Estruturas Produtivas, Trabalho e Profissões
C. Educação e Desenvolvimento
D. Território, Ambiente e Dinâmicas Regionais e Locais

E. Cultura, Comunicação e Transformação dos Saberes
F. Família, Género e Afectos
G. Teorias, Modelos e Metodologias
Sessões Plenárias

O PODER DOS MEDIA

José Madureira Pinto

A intervenção oral que produzi na Sessão Plenária do III Congresso Português de Sociologia dedicada ao tema *O Poder dos Media* não teve, infelizmente, o grau de consistência que me permitisse pensar vir a publicá-la nestas Actas. E cheguei a abdicar de o fazer.

Entretanto, tendo-me sido facultadas algumas páginas com a transcrição do caótico depoimento, não quis deixar de corresponder à disponibilidade e paciência de quem se encarregou da tarefa, e tratei de alinhar uns tantos tópicos onde, mal ou bem, procuro sintetizar as principais ideias transmitidas, na altura, ao extenso auditório da Gulbenkian.

1. O primeiro ponto (bem modesto, aliás) que me proponho explorar a propósito do tema *O Poder dos media* diz respeito ao tempo médio de audiência de televisão, o qual é, como se sabe, em Portugal, muito elevado e tendencialmente crescente. O facto de esse valor se revelar especialmente elevado nos segmentos infantil e juvenil da população obriga a uma reflexão sociológica criteriosa sobre os modos de socialização dominantes nas sociedades contemporâneas.

2. Uma segunda questão diz respeito ao efeito que terá, no quotidiano de muitos cidadãos, com incidência particular em certos grupos sociais, o processo de retoma (na acepção pragmático-linguística) dos temas explorados pelo discurso televisivo.

Se não temos dúvidas, hoje, de que os media vieram alterar substancialmente a relação e as fronteiras entre espaço público e espaço privado, a análise especificada de tal mudança terá muito a ganhar com uma investigação socioantropológica da referida dinâmica de retomadas simbólico-discursivas nos quotidianos (profissionais, de convivialidade) das nossas sociedades. Presumo, aliás, que os resultados sejam surpreendentes.

3. Um outro ponto leva-nos a pensar a aproximação entre as modalidades de poder simbólico — que, sem relutância, estamos dispostos a atribuir aos media — e as modalidades de poder político e poder económico em sentido estrito. Penso que temos de levar a sério algumas evidências empíricas relativas às lutas pelo “share” e pela notícia em primeira mão, não receando concluir que os poderes mediático, político e económico se estão fundindo num complexo inextricável de injunções que mutuamente se reforçam.

4. O tópico anterior permite-nos a insinuação — que, no entanto, terá de ser sempre acompanhada de ponderada investigação — de que, não obstante a ideologia de independência e autonomia a que o corpo de jornalistas tende a aderir, não é crível que estes resistam, com facilidade, à poderosa lógica das coisas que estrutura o seu horizonte de possíveis.

A correspondência estreita entre “share” e receitas de publicidade dá bem a ideia do alcance de um dos vectores cruciais de tal lógica e talvez não seja, por isso, excessivo, pensando no universo cultural da televisão, falar em *TVbusiness* (à semelhança do que, noutra estadia de desenvolvimento das indústrias culturais, levou à adopção da expressão “*showbusiness*”).

O trabalho de meticulosa encenação que hoje precede a realização de manifestações políticas, bem como a preocupação que leva tantos de nós, de forma cada vez mais consciente, a participar nelas com o duplo estatuto de militante/observador e de actor televisivo são reveladores da intensa mediatização da vida política e da não menos intensa instrumentalização política dos meios de comunicação de massa.

5. Outro indício de que os media e a política têm uma vida (em) comum é o que se refere aos usos das sondagens eleitorais e de opinião.

A luta pela afirmação da fiabilidade das sondagens e pela oportunidade da sua publicação constitui,

à semelhança do que acontece em matéria de conquista de quotas de mercado de audiências e de publicidade, um jogo competitivo em torno da atracção das intenções de voto, isto é, em última análise, da condução do próprio desenrolar dos acontecimentos políticos.

Esclarecer, com o rigor sociológico possível, conhecidas dúvidas acerca dos efeitos políticos reais da publicação de sondagens deveria ser tarefa capaz de nos mobilizar. Há indicações de que, ao contrário do que correntemente se afirma, são as sondagens publicadas a grande distância dos actos eleitorais e não as que imediatamente os precedem, aquelas que mais interferem com o jogo do campo político e com a própria vida democrática.

6. Começo a aproximar-me de um tópico, porventura lateral relativamente ao tema central deste debate, mas muito importante na perspectiva do exercício da nossa actividade, que é o da (difícil) relação entre os media (e respectivos profissionais) e os sociólogos.

Sou o primeiro a debater-me com enormes dificuldades nesta matéria. E não vejo que os sociólogos tenham terapêutica alternativa à seguinte: desenvolver o conhecimento das regras do campo do jornalismo (felizmente tem avançado entre nós a produção sociológica sobre o tema), sem abdicar de uma reflexão, com o mesmo grau de aprofundamento e sentido crítico, sobre a nossa própria condição de observadores qualificados do social.

Este duplo esforço de objectivação talvez permita viver de forma menos ressentida e angustiada a relação entre estes dois tipos de personagens que têm como papel profissional falar do mundo social — os jornalistas e os sociólogos.

E talvez, após tal reflexão, nenhum de nós, sociólogos, deva reagir com desagrado ou em pânico ao pedido do repórter para, em dois ou três minutos (talvez menos) nos pronunciarmos sobre as causas da exclusão social em Portugal, sobre a crise do Estado ou sobre a situação das classes médias urbanas. Impõe-se sabermos reconhecer que, nas circunstâncias concretas do seu exercício profissional (vínculo laboral, perspectiva de carreira, lugar na divisão do trabalho, etc.), talvez não haja possibilidade de o tema ser tratado mediaticamente durante mais do que dois ou três minutos.

E reconhecer ainda que a nossa relutância em abordar o tema nas condições solicitadas é determinado, para além de falta de domínio de algumas competências comunicacionais, pelo facto de transportarmos agarrado ao corpo um currículo (profissional e/ou académico) que não queremos ver abalado por três minutos de exposição mediática “sem rede”.

Reinventar o tipo de condições de enunciação mais adequadas a este intercâmbio profissional — eis uma tarefa que se me antevê de grande importância.

7. Acredito que a reflexão dos jornalistas sobre as condições de exercício da sua actividade, bem como sobre as relações objectivas que esta estabelece com o campo político (reflexão para a qual o contributo dos sociólogos terá seguramente alguma utilidade) pode levar a algumas mudanças muito significativas no modo de construir as notícias e, por essa forma, refazer o mundo.

Estou, por exemplo, a pensar nas formas de apresentação pública dos grupos dominados no espaço mediático. O risco de estigmatização e de folclorização das práticas e aspirações de tais grupos é, como pode depreender-se da observação do discurso televisivo, muito elevado. Tendo de reconhecer-se a especial dificuldade de tais grupos em identificarem e dominarem os operadores simbólicos e as técnicas narrativas com que se constroem as mensagens televisivas, a responsabilidade dos jornalistas em controlarem os potenciais efeitos perversos do seu discurso não pode deixar de ser seriamente relevada.

8. Mudo um tanto de registo para me referir às enormes potencialidades que, na perspectiva de democratização e até na da reconstrução, em moldes inovadores, do Estado de Bem, estão ao alcance dos media.

Poderia multiplicar os exemplos de utilizações da televisão, da imprensa e da rádio neste sentido. Limito-me a referenciar o conjunto de experiências de difusão cultural que podem ser realizadas no âmbito do sistema educativo (felizmente já se vão realizando), tendo em vista ultrapassar algumas dificuldades que ele manifesta em acertar o passo com os movimentos de ideias, as tendências artísticas e as aspirações culturais emergentes, inclusive no universo juvenil.

E se faço questão de me referir ao papel específico do sistema de ensino neste intercâmbio cultural capaz de envolver os media, isso acontece porque tenho em relação ao fenómeno da recepção de sentido um ponto de vista particular: acredito que as virtualidades de recriação autónoma que lhe estão associadas dependem decisivamente dos contextos institucionais e interaccionais em que se realiza. Ora, vejo a escola a poder utilizar alguns trunfos específicos da relação pedagógica convencional no sentido de requalificar, na direcção mais adequada aos objectivos de uma efectiva democratização cultural, as mensagens difundidas pelos mass media.