

# Quando as elites da capital dominam o que se diz sobre o país e o mundo

Felisbela Lopes e Luís Miguel Loureiro<sup>1</sup>

A TV é hoje um meio de grande repercussão social. Cada emissão desenha uma espécie de ágora que condiciona a evolução do espaço público da sociedade contemporânea e é condicionada pelas alterações desse mesmo espaço. Neste trabalho, procuramos saber que tipo de espaço público se desenha nos *plateaux* informativos da TV portuguesa. Ao longo de um ano de programação (Setembro de 2010 a Junho de 2011), estudámos a composição dos estúdios de informação para perceber quem era chamado a debater a actualidade. Essa análise recaiu sobre 1673 programas que contaram com a participação de 2158 convidados.

## 1 > Do espaço público rarefeito

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 desenharam, dentro do pequeno ecrã, uma ágora que estrutura o espaço público da sociedade contemporânea e é estruturada pelas alterações desse mesmo espaço.

Nesta discussão do espaço público, há invariavelmente dois eixos que se cruzam:

- um opõe as noções de *público* e *privado*;
- outro parte da separação problemática entre *real* e *virtual*.

Há, na verdade, uma dificuldade muito grande em definir o conceito de espaço público. 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). Igualmente, não será tarefa fácil a dos que se queiram debater com a questão da *realização* e *reificação* do espaço público na contemporaneidade

---

<sup>1</sup> Investigadores do Centro de Estudos Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho. Artigo escrito no âmbito do projecto "Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital" (FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008).

mediática, sejam os que o tomam já como mera erupção *simulacral* (Miranda, 2008: 155), seja os que preferem a sua concretização substitutiva como *espaço público mediatizado* (Mesquita, 2004: 95), o que leva a que outros, ainda, partindo de uma analítica 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, assim, 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, pois, 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 de alternativas mais radicais, concebendo o espaço público como aquele passível de surgir no seio de *espaços de anonimato* (López-Petit, 2010: 120-127). Se o eixo público/privado sempre foi, antes de mais, da ordem da *bios*, a separação real/virtual remete, 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 “*a 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, mais do que nunca, com a invasão, operada pela técnica, de todos os espaços modernos de *controlo da mediação*, na qual os media assumiram papel de vanguarda. É desta substituição do espaço público pelos seus correlatos mediáticos e mediatizados, isto é, da substituição do *acontecimento* pela *notícia* (Martins, 2011: 43-46), que se ocupa a problematização da separação entre o *real* e o *virtual*, na qual se joga também a cada vez mais indefnida fronteira do humano.

Ao atingirem com uma força inaudita a esfera 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 ele, 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 um processo de diluição da antiga fronteira entre o público e o privado que, para o filósofo e sociólogo alemão Jürgen Habermas (1997: 98), começou, 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*”.

Assim, para poder constituir-se como sujeito político, livre para expressar o que pensa, o espectador tem de encontrar um espaço público acessível e plural. Um espaço público sem homens livres é um espaço público vácuo. Sucede o mesmo com o oxigénio na atmosfera terrestre: no ar rarefeito é o oxigénio que falha. Toda a acção se torna torpor, todo o corpo vivo se transforma

em fadiga. Onde falha o oxigénio, falha a potencialidade da acção biomecânica, diminui a possibilidade da combustão, da reacção física e química que liberta energia cinética e luminosa sobre o mundo. Não é assim que encontramos o espaço público na contemporaneidade, virtualmente sobreocupado mas, na verdade, *rarefeito*. Se olharmos o espaço público que os *plateaux* informativos constroem, encontramos espaços ocupados pelas elites que falam perante sujeitos mobilizados numa audiência passiva.

Com a virtualização colonialista do espaço público pelos espaços de aparência mediáticos, produz-se, 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 naquilo que se mostra revela um efectivo desfasamento. Ali, onde os processos de decisão verdadeiramente se formam, a luz só muito raramente entra, e há-de necessitar sempre de percorrer refacções e reflexões num trajecto sinuoso que cruza, invariavelmente, num binómio inescapável, poder e capital. Ali onde todos parecem discutir, aqueles que debatem sob a luz dos estúdios de TV circunscrevem-se a uma confraria que salta de palco em palco. Estamos, pois, a atingir o âmago de um questionamento fulcral:

- i) Será democrático *o espaço virtual dos media*?
- ii) Poderá ser tomado como *público* o território dissimulado dos processos de tomada de decisão, esse espaço rarefeito, onde a *Realpolitik* verdadeiramente se dá?

Julgamos aqui resumir um dos problemas mais prementes das sociedades contemporâneas ocidentais: a tantas vezes denominada *crise da democracia representativa*.

Apesar de reconhecer, em *Faktizität und Geltung* (original de 1991), que a esfera mediática contemporânea está a produzir uma *despolitização* da comunicação pública (Habermas, 1997: 110), o que está consentâneo com o cepticismo que sempre manifestou relativamente ao papel dos media, o filósofo e sociólogo alemão considera que, "*a partir do momento em que acontece uma mobilização, as estruturas sobre as quais se apoia a autoridade de um público que toma posição começam a vibrar. E as relações de força entre a sociedade civil e o sistema político podem sofrer modificações*" (1997: 113). Isto é, Jürgen Habermas pressupõe sempre a existência de potenciais actores públicos, individuais ou colectivos, mesmo quando se encontram latentes ou situados na periferia das esferas de acção. O despertar, a mobilização para a acção racional deliberativa e política, estão, assim, ao nível de uma *linguagem comum*, acessível quando o

que Habermas designa os *sistemas funcionais autopoieticamente fechados*, de que se compõe a sociedade complexa contemporânea (sistemas auto-organizados, tendencialmente fechados e específicos, cuja especialização progressiva se constitui como barreira à comunicação com os outros sistemas), se abrem a essa linguagem, “*situada abaixo do limiar de diferenciação dos códigos especializados, a qual circula em toda a sociedade*” (Habermas, 1997: 84). A linguagem comum não especializada será, pois, “*o medium do agir orientado pelo entendimento, através do qual o mundo da vida se reproduz e os próprios componentes do mundo da vida se entrelaçam*” (Habermas, 1997: 85). Ou seja, de acordo com as premissas do pensador germânico, um *mundo comum* só pode ser possibilitado mediante uma linguagem comunicável entre todos, o que requer esferas de mediação onde se possa situar essa linguagem e onde se façam presentes, da periferia para o centro, os sujeitos da acção comunicativa, individuais ou colectivos, criando-se as condições para uma comunicação racional capaz de empreender a *totalização do mundo*<sup>2</sup>.

Um dos problemas com que se defronta a noção de espaço público em Habermas será, julgamo-lo, a imposição *apriorística* de um *povoamento*: só mediante o concurso de esferas públicas já povoadas de *cidadãos* livres e iguais, capazes de agir individual ou colectivamente, será possível a realização de uma *acção comunicativa racional orientada pelo entendimento*, conceito central na formulação habermasiana de um espaço público consequente, plural e democrático, potenciador de consensos elaboradores da *polis*. A questão reside no facto de que a contemporaneidade nos vem mostrando sinais muito mais evidentes do domínio de processos comunicativos de um *agir estratégico orientado para fins*, isto é, um agir determinado e conduzido por interesses específicos e *in-comuns*, dirigido ao êxito, que institucionaliza o *modelo do mercado como “forma corriqueira de governação”* (Innerarity, 2010: 56). O investigador português João Pissarra Esteves observa aqui os sinais de uma crise do espaço público, que se evidenciam, ao nível da comunicação pública, na “*rarefação dos valores da liberdade e da igualdade*” (2005: 14). A consequência, para o comunicólogo, é a “*imagem de uma cidadania diminuída*”, que emerge de um indivíduo “*produtor de opinião pública que se viu reduzido, nas presentes condições sociais e comunicacionais, à condição de mero consumidor de mensagens mediáticas*” (Esteves, 2005: 15). Porque não tem canais de participação nos media. Porque neles não vê reflectida a sua vida. Assim, numa sociedade de consumidores e utilizadores, na qual se destaca um grupo restrito de elites com acesso à palavra mediática, observa-se, a cada passo, a *dissolução do comum*

---

<sup>2</sup> Não se terá Habermas apercebido de que a mobilização pela *linguagem comum* que o filósofo advoga como modo de agitar o repouso corre o permanente risco de se perverter, na prática, numa *mobilização populista* tal como a que observamos nos contemporâneos espaços públicos rarefeitos, virtualizados pelo modo de operação dos *media*, tornando-se modo de dominação?

[López-Petit, 2010: 96]. Neste quadro, teremos cada vez maiores dificuldades em encontrar uma autêntica e estável esfera pública e, em consequência, ainda mais espinhosa será a tarefa de achar uma esfera real de acção e cidadania. 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, plural e 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. O próprio Habermas o reconhece:

*“Esse tipo de esferas públicas, autónomas e capazes de ressonância, dependem de uma ancoragem social em associações da sociedade civil e de uma introdução em padrões liberais da socialização e da cultura política, numa palavra: dependem da contrapartida de um mundo da vida racionalizado”* (Habermas, 1997: 90-91).

Ao esvaziar a antiga esfera política, ao *privatizá-la*, através de uma experiência *mediaticamente mediada* em que o mundo é agora vivido em *segunda mão* (Innerarity, 2010: 89), o *espectador mobilizado* deixa-se submergir nas *ágoras* metafóricas dos *espaços de aparência* tecnológicos (televisivos ou informáticos), nos quais, na verdade, já só aparecerá dissimulado, como *cidadão virtual*, tantas vezes, como fonte de uma informação espúria ou comentador de utilidade circunstancial, a chamada *vox populi*.

## 2 > Caminhos de análise

Muitos são aqueles que retiram à informação televisiva a capacidade de promover um debate plural, participado, 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 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 dez meses (de Setembro de 2010 a Junho de 2011). Nesse tempo, foram identificados todos os convidados dos conteúdos informativos emitidos entre as 18h00 e a 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 duas variáveis:

- Profissão
- Lugar de origem

O período aqui considerado permitiu a análise de 1673 programas que contaram com a participação de 2158 convidados em estúdio, distribuídos pelos seis canais de televisão estudados.

### 3 > Um espaço público televisivo saturado com uma confraria

Pelo pequeno ecrã temos acesso àquilo que de mais importante se passa à nossa volta, mas a construção audiovisual da realidade também redesenha o mundo que temos (Lopes, 2008). Chamando a si o papel de “*aduaneiro*”, o jornalista selecciona temas, instituições e pessoas que serão expostas à luz pública, passando-os, deste modo, para o centro da comunicação pública. Na configuração desse mapa social, os jornalistas que trabalham em televisão têm aí uma influência importante. Neste ponto, iremos perceber quem foram aqueles que, entre Setembro de 2010 e Junho de 2011, passaram pelos *plateaux* informativos para discutir Portugal e o mundo.

Da nossa análise, sobressai uma esmagadora percentagem de convidados com origem geográfica na capital do país. Quem reside fora da Zona da Grande Lisboa não tem acesso facilitado à palavra televisiva. Os programas de informação, por uma questão de proximidade, mas também porque construíram toda uma elite mediática concentrada na maior cidade do país, desvalorizam a opinião daqueles que habitam outras regiões. Olhando o Quadro 1, é impressionante o número de pessoas que falam na TV a partir de um ponto geográfico concreto: Lisboa. A segunda região mais valorizada é o norte do país. Contudo, a diferença numérica é substancial. O Centro, o Algarve, as Ilhas e o Alentejo (por esta ordem) praticamente inexistem nos palcos de informação televisiva. Refira-se que há uma pequena percentagem de convidados que falam desgarrados de um lugar específico, embora o seu local de trabalho seja, a maior parte das vezes, Lisboa (exemplo: os ministros).

Se a referência forem as variáveis nacional/internacional, a verdade é que os programas de informação preferem interlocutores oriundos do território português. Quando isso não acontece, a Europa (principalmente os deputados europeus) é a parte do mundo mais valorizada. Pessoas de outros continentes serão aqui a excepção: pela inacessibilidade geográfica (mesmo que o *duplex* fosse uma solução, é difícil encontrar noutros países uma base a partir da qual o directo seja possível) e pela questão da língua (será difícil, quase impossível, introduzir num debate falado em português, uma outra pessoa que fale outra língua).

### Quadro 1 > Origem geográfica dos convidados dos *plateaux* televisivos (por mês)

MÊS	NACIONAL	NORTE	CENTRO	LISBOA	ALGARVE	ALENTEJO	ILHAS	EUROPA	AMÉRICA DO SUL	OUTROS
Set.	7	31	1	152	1	1	-	1	3	1
Out.	4	40	8	183	1	-	-	6	1	
Nov.	2	28	3	160		-	-	8	2	
Dez.	3	35	4	189	1	-	1	10	2	2
Jan.		24	5	156		-	1	3		2
Fev.	6	35	5	162		-	-	5	1	1
Mar.	3	36	2	189	1	-	2	7	-	1
Abr.	1	38	6	127	1	-	1	2	-	-
Mai.	4	39	4	154		1	1	1	-	-
Jun.	2	39	7	181	3	-	1	5	-	-
Total	32	345	45	1653	5	2	7	48	9	7

Todos os canais somam mais convidados oriundos de Lisboa do que aqueles com origem geográfica noutros pontos do país. No caso da TVI, todos os que têm acesso ao *plateau* informativo são de Lisboa. Nos outros dois canais generalistas, a prioridade também vai para interlocutores da capital. A segunda região mais valorizada é o norte, reunindo na SIC uma percentagem de 9.75 por cento e na RTP1, de 21.3 por cento.

Os canais temáticos funcionam como um reflexo dos respectivos canais generalistas. No cabo, a estação com um *plateau* de debate mais equilibrado é a RTPN, o canal informativo de serviço público. Se bem que Lisboa reúna uma percentagem de convidados de 59.8 por cento, a região norte soma 31.6 por cento. Tal deve-se ao facto de o canal ter emissões repartidas entre Lisboa e Vila Nova Gaia. Isso condiciona decisivamente o equilíbrio/diversidade dos *plateaux* de informação. O que vai ao encontro daquilo que estipula o Contrato de Concessão de Serviço Público (2008) para a RTPN:

“A prestação especializada de informação nas suas diferentes formas, designadamente noticiários, reportagens, documentários e debates, com destaque para temas, ideias e protagonistas não habitualmente representados na comunicação social, como os que relevam da área cultural ou científica, e concedendo especial atenção a temas com interesse para regiões e comunidades específicas” (Cláusula 13).

Da nossa análise, conclui-se que o lugar onde se constrói a informação tem influência na composição do *plateau* que debate a actualidade noticiosa. Muitos dos convidados que passaram pelos dois estúdios (de Lisboa e de Gaia) apenas participaram nessas emissões devido ao facto de o noticiário em causa ter aí a respectiva coordenação e emissão. Na nossa perspectiva, a emissão bicéfala é decisiva no cumprimento daquilo que o Contrato de Concessão de Serviço Público de Televisão estipula para este canal temático: apresentar uma informação diversificada e participativa.

#### Quadro 2 > Origem geográfica dos convidados dos *plateaux* televisivos (por canal)

CANAL	NACIONAL	NORTE	CENTRO	LISBOA	ALGARVE	ALENTEJO	EUROPA	AMÉRICA DO SUL
RTP1	5	34	7	105	1	-	7	-
SIC	2	4	1	34	-	-	-	-
TVI	-	-	-	36	-	-	-	-
SICN	6	35	3	429	-	1	12	-
RTPN	11	240	29	454	4	-	20	-
TVI24	8	32	5	595	-	1	9	9
Total	32	345	45	1653	5	2	48	9

Olhando para a profissão daqueles que são chamados a falar nos *plateaux* televisivos, constatámos que os jornalistas são os mais requisitados ao longo do ano. Se nos anos 90 a classe política era a mais solicitada para participar em debates televisivos (Lopes, 2007), na primeira década do século XXI a selecção de convidados parece estar a passar por algumas mudanças. Agora é a classe jornalística, nomeadamente aquela que exerce funções de direcção dentro e fora das empresas televisivas, a que é mais convidada para os estúdios de informação. Não falamos de um grupo alargado. Pelo contrário. Cada canal apresenta um conjunto restrito de nomes de quem se vai socorrendo para debater temáticas diversificadas. Esses jornalistas, quando externos ao canal, mantêm-se fiéis a uma determinada empresa televisiva. É com



essa confraria, seleccionada entre a elite jornalística, que se desenvolve um apertado processo de “agenda-setting” sobre aquilo que se discute em determinada momento, criando-se, conseqüentemente, uma espiral de silêncio na qual se precipitam especialistas e pontos de vista que importaria ouvir. Este grupo restrito de jornalistas com acesso privilegiado ao *plateau* informativo converte-se, assim, num grupo de celebridades mediáticas, aptas a falar de vários assuntos.

A classe política, embora tenha perdido o seu lugar hegemónico ao nível da opinião televisiva, mantém ainda um espaço de grande destaque nos *plateaux* informativos. Juntamente com a classe jornalística, os políticos são hoje actores importantíssimos na configuração da esfera pública mediática. Tal como acontece com os jornalistas, não se trata aqui de um grupo diversificado. Antes de uma elite política que se perpetua no poder de acordo com a sua capacidade de circulação no espaço público televisivo e vice-versa. Estamos, deste modo, longe de uma esfera pública [televisiva] que reúna um número alargado de processos de configuração da opinião e da vontade colectivas. O que vemos hoje nos ecrãs de TV é uma confraria política. Que procura aí um espaço com afínco, tal como se esforça por conquistar um lugar de relevo dentro do respectivo partido político.

Se aplicarmos à informação televisiva as teses de Anthony Giddens para quem “*o self, tal como os contextos institucionais mais vastos nos quais ele existe, tem de ser construído reflexivamente*” (1994: 2), os *plateaux* dos debates, se se propusessem construir com o telespectador um “*contrato/promessa de explicação*”, teriam de ceder um lugar privilegiado aos especialistas. Por ser um tipo de interlocutor que institucionaliza a realidade de determinado ângulo, esse grupo deveria apresentar no seu interior uma certa diversidade a fim de re-ligar aquilo que se discute a um vasto número de campos sociais com os quais determinado tema terá ressonâncias. O *mapa* – para retomarmos a metáfora do conto de Borges – tem um poder ilimitado de reprodução, capaz mesmo de se sobrepor ao território. Daí a vantagem de munir as audiências com *mapas* construídos por discursos claros, expressivos, concisos e pertinentes. Não foi bem isso que aconteceu nos estúdios de informação dos canais portugueses entre Setembro de 2010 e Junho de 2011. Se bem que os académicos constituam a terceira classe mais visível, a verdade é que o seu número se distancia bastante dos dois primeiros lugares e tal percentagem é tributária da presença de um grupo de repetentes. Ao longo deste tempo, tendeu-se a convidar aqueles que já foram convidados pelos canais concorrentes, abrindo-se, assim, uma enorme espiral do silêncio em torno daqueles que têm coisas válidas para dizer, mas não entram na agenda dos jornalistas de TV.

Quadro 3 > Profissão dos convidados dos *plateaux* televisivos (por mês)

MÊS	JORNALISTAS	POLÍTICOS	PROFES./ INVESTIG.	ECONOM./ EMPRESÁRIOS	JURISTAS/ MAGISTRADOS	FUTEBOL	INDÚSTRIAS CULTURAIS	SAÚDE	OUTROS
Set.	75	51	16	22	4	11	4	2	13
Out.	89	55	25	24	11	7	5	5	21
Nov.	60	42	25	9	19	14	9	2	23
Dez.	89	45	27	12	15	10	7	12	30
Jan.	66	35	24	16	14	9	5	6	16
Fev.	72	52	22	19	10	11	8	4	17
Mar.	91	56	27	16	8	8	5	2	25
Abr.	51	42	23	12	5	5	4	3	26
Mai.	84	48	21	11	4	8	11	3	11
Jun.	82	58	30	11	9	3	3	5	32
<b>Total</b>	<b>759</b>	<b>484</b>	<b>240</b>	<b>152</b>	<b>99</b>	<b>86</b>	<b>61</b>	<b>41</b>	<b>214</b>

Com excepção da RTP1, todos os canais de TV encontram nos jornalistas o grupo mais presente nos *plateaux* de informação, seguido dos políticos, estes mais visíveis no canal generalista de serviço público. Essa presença deve-se não à informação diária (os noticiários só excepcionalmente levam convidados a estúdio), mas, sobretudo, à informação semanal. No período em análise, a grelha da RTP1 emitia regularmente, em horário nobre, três programas semanais com convidados em estúdio e todos seguiam uma linha editorial orientada para a discussão política e, conseqüentemente, desenvolviam-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 integravam na grelha formatos informativos de conversação com periodicidade semanal, o que explica o número residual de interlocutores em estúdio. Os convidados da SIC e da TVI que figuram no Quadro 4 foram, na sua maioria, integrados no Jornal da Noite e no Jornal Nacional, respectivamente.

Comparando os canais generalistas com os temáticos, regista-se um número substancialmente maior de convidados, produto de uma programação feita essencialmente de fluxo, logo com muito mais espaço em antena para fazer entrar pessoas em estúdio. Aliás, grande parte do serão informativo dos canais de informação faz-se com a discussão da actualidade. Neste contexto, jornalistas (em primeiro lugar) e políticos (em segundo lugar) são os mais presentes nos *plateaux* desses canais. Interessante o facto de o principal noticiário da SICN (Jornal das 9) e da RTPN (À Noite, as Notícias) integrar em cada edição um frente-a-frente constituído pela classe política para discutir os acontecimentos em notícia. São os políticos os escolhidos para descodifi-

car 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.

Comparando os canais temáticos entre si, regista-se um maior número de convidados na RTPN (689), seguida da TVI 24 (586) e, por último, da SICN (456). Quanto ao perfil de convidados, todos os canais centram mais de 60 por cento dos convites nos jornalistas e nos políticos<sup>3</sup>. Em termos de diversidade de convidados, o canal com um leque menos variado é a SICN. RTPN e TVI 24 reúnem um número considerável de pessoas de outras profissões.

#### Quadro 4 > Profissão dos convidados por canal televisivo (por canal)

MÊS	JORNALISTAS	POLÍTICOS	PROFES./ INVESTIG.	ECONOM./ EMPRESÁRIOS	JURISTAS/ MAGISTRADOS	FUTEBOL	INDÚSTRIAS CULTURAIS	SAÚDE
RTP1	17	74	10	9	9	2	-	-
SIC	26	6	3	1	-	-	-	-
TVI	17	10	2	2	1	1	1	-
SICN	164	133	62	38	43	11	3	2
RTPN	290	163	85	39	23	34	37	18
TVI24	245	98	78	63	23	38	20	21
Total	759	484	240	152	99	86	61	41

#### 4 > Notas finais

Percorrendo os convidados dos *plateaux* informativos, evidencia-se a importância atribuída ao exercício profissional, o que, à partida, transforma os não-profissionais (os que ainda/já não trabalham) em categorias menosprezadas. De entre os profissionais, os diversos programas de informação chamaram prioritariamente jornalistas e políticos, ou seja, profissionais cujo trabalho não é a produção de um bem, mas de uma relação social e humana, o que lhes possibilita a expatiação da sua opinião para assuntos que não os envolvem directamente. Qualquer um deles está autorizado a uma extensão da sua competência a que um biólogo, por exemplo, não está. Significa isso que aquilo que não pertence ao mundo dos serviços e da

<sup>3</sup> Em termos percentuais, a RTPN reúne 65.7 por cento de convidados entre jornalistas e políticos; a SICN 65.1 por cento e a TVI24, 60.2 por cento.

informação tem uma legitimidade minorada no mundo das ideias que a televisão discute. Por aqui também se explica a ausência de engenheiros, técnicos, agricultores ou comerciantes dos debates televisivos. Este é um quadro que Sébastien Rouquette também encontrou, ao estudar meio século de debates televisivos nos canais franceses de televisão. A esses grupos profissionais que se ocupam da dimensão humana e que são valorizados pelos jornalistas franceses, o investigador francês chama “*engenheiros do social*” (2001: 171). Na sua perspectiva, é deles o espaço social televisivo, são eles que se reapropriam dos problemas colectivos que circulam no espaço público contemporâneo. No seu conjunto, afirma Rouquette (2001: 213-4), “*a força dos engenheiros do social é de existir fora dos seus problemas profissionais próprios, fora dos escândalos que envolvem a sua corporação, das reformas jurídicas dolorosas ou das greves duras*”.

Olhando aqueles que ocupam os estúdios de informação, vêem-se aí um grupo restrito de elites. Se a entrada nos *plateaux* televisivos privilegia aqueles que já conquistaram inter pares alguma importância, a visibilidade mediática que a televisão proporciona revela-se um meio estruturante da identidade pública desses actores. Se quem fala na TV são as elites, elas perpetuam-se no poder de acordo com a capacidade de circulação no espaço público televisivo. 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 quadro, o grupo dos seleccionáveis não é muito extenso, sendo, por isso, comum a presença dos mesmos interlocutores em diferentes programas ou no mesmo para falar de assuntos diversos. Face a estes requisitos, percebe-se a vantagem de certos grupos, nomeadamente das elites jornalísticas e políticas, as mais bem treinadas na arte de colocar o poder em cena, as mais capazes para representar uma dramaturgia democrática, as mais habituadas a conciliar o seu discurso com as exigências mediáticas. Entre os jornalistas e os políticos, os primeiros foram, no tempo desta análise, os preferidos nos programas de informação da TV portuguesa. São eles agora as novas celebridades da opinião difundida a partir dos *plateaux* de informação. Entre Setembro de 2010 e Junho de 2011, a generalidade dos canais portugueses seleccionou prioritariamente para os respectivos estúdios de informação jornalistas com considerável capital mediático, que trabalham em Lisboa e que, não intervindo directamente nos assuntos em causa, ofereciam um olhar exterior sobre a matéria em destaque. Foram jornalistas a pedir a opinião de jornalistas, o que adensa a lógica da estrutura circular da informação. O único canal que pareceu resistir a esta tendência foi a RTP1 que apresentou uma paleta de convidados mais diversificada, em termos de profissão do con-

vidado. No entanto, também aí primou o critério da notoriedade pública de quem se convidou. Em termos de geografia, regista-se uma preferência por convidados oriundos de Lisboa onde estão situadas as sedes de todos os canais de TV, com excepção da RTPN. Percebe-se essa opção. Trabalhando com o permanente constrangimento do tempo, as estações chamam para os respectivos *plateaux* aqueles que estão mais perto. Porque essas pessoas têm mais facilidade em chegar aos estúdios; porque os jornalistas, pela proximidade, sentem mais confiança com gente que já conhecem e já “experimentaram” em directo. Essa hegemonia de convidados oriundos de Lisboa é quebrada pela RTPN, o canal de informação de serviço público cujas emissões se fazem a partir de dois sítios: Lisboa e Gaia. É essa descentralização que permite um maior equilíbrio geográfico daqueles que têm acesso à palavra televisiva. Analisando os estúdios da RTPN, encontramos nele sinais que contrariam uma evolução da informação televisiva que, nos últimos anos, tem sido dominada por um grupo extremamente reduzido de elites da capital do país. Na nossa perspectiva, se não há um jornalismo para o serviço público de televisão (SPT) e um jornalismo para as estações privadas, pode (deve) haver uma informação que será mais específica dos operadores públicos. No que diz respeito ao trabalho que desenvolvem, os jornalistas de uma TV pública ou privada têm as mesmas obrigações e os mesmos direitos: fazem parte da mesma classe com cujos elementos partilham princípios éticos e deontológicos e um quadro legal intrínsecos à profissão. No entanto, uma estação pública e uma estação privada não devem seguir a mesma engenharia de programação e as mesmas prioridades na construção dos programas de informação<sup>4</sup>. Ao nível dos convidados, a RTPN cumpre aquilo que está estipulado na Cláusula 13 do Contrato de Concessão de Serviço Público: chamar “*protagonistas não habitualmente representados na comunicação social, como os que relevam da área cultural ou científica*”.

Num livro em que aborda o lugar do jornalismo na esfera pública contemporânea, José Luis Dader considera que “*a administração que os jornalistas fazem do espaço público é mais decisiva do que a administração social tradicional, embora seja esta quem dá as respostas definitivas*” (1992: 157). Partilhamos esse ponto de vista e acrescentamos que dele resultam maiores responsabilidades para o campo jornalístico, que tem, assim, de encontrar um ponto de equilíbrio entre as forças de mercado que lhes exigem audiências e a opinião pública a quem deve ser proporcionada uma informação que potencie um espaço público mais diversificado, mais participativo, mais imune ao *voyeurismo* e mais preocupado com as questões relevantes dos vários campos sociais.

---

<sup>4</sup> No caso português, a RTP está submetida a um Contrato de Concessão de Serviço Público assinado com o Estado e a cláusulas legais específicas fixadas na Constituição da República Portuguesa e na Lei da Televisão que a obrigam a especiais cuidados.

Tendo em conta os dados aqui apresentados, conclui-se que estamos 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.

## Bibliografia

- Arendt, Hannah (2001). *A Condição Humana*, Lisboa: Relógio d'Água Editores.
- Dader, José Luís (1992). *El Periodista en el Espacio Público*. Barcelona: Bosch.
- Esteves, João Pissarra (2005). *O Espaço Público e os Media – Sobre a Comunicação entre Normatividade e Facticidade*, Lisboa : Edições Colibri.
- Giddens, Anthony (1994). *Modernidade e Identidade Pessoal*. Oeiras: Celta Editora.
- Habermas, Jürgen (1997). *Direito e Democracia – Entre facticidade e validade*, Vol. II, Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Innerarity, Daniel (2010). *O Novo Espaço Público*, Lisboa: Editorial Teorema.
- Lopes, Felisbela (2008). *A TV do Real – a Televisão e o Espaço Público*, Coimbra: Minerva, Coimbra.
- Lopes, Felisbela (2007). *A TV das Elites*. Campo das Letras.
- López-Petit, Santiago (2010). *A Vida como acto de sabotagem*, in LÓPEZ-PETIT, Santiago, A Mobilização Global seguido de O Estado-Guerra e outros textos, Porto: Deriva Editores.
- Martins, Moisés de Lemos (2005). 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.
- Martins, Moisés de Lemos (2011). *Crise no Castelo da Cultura – Das Estrelas para os Ecrãs*, Coimbra: Grácio Editor.
- McQuail, Denis (2003). *Teoria da Comunicação de Massas*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Mesquita, Mário (2004), *O Quarto Equívoco – O Poder dos Media na Sociedade Contemporânea*, Coimbra: MinervaCoimbra.
- Miranda, José A. Bragança de (2008), *Política e Modernidade – Linguagem e Violência na Cultura Contemporânea*, 2ª edição, Lisboa: Edições Colibri.
- Rouquette, Sébastien (2001). *L'Impopulaire Télévision Populaire : Logiques Sociales, Professionnelles et Normatives des Palabres Télévisées*. Paris : L'Harmattan.

## Documentos legais:

Contrato de Concessão de Serviço Público de Televisão, 2008