
Como o telejornal aprendeu a amar a greve geral As estratégias da cobertura mediática dos conflitos laborais na televisão portuguesa

Miguel Gaspar¹

A investigação sobre a cobertura mediática dos conflitos laborais é um dos tópicos em que se apoiaram, desde os anos 70 do século passado, as teorias que perspectivavam os meios de comunicação de massas como instrumentos reprodutores da ideologia dominante. Os sindicalistas e as organizações sindicais eram apresentadas como organizações e figuras desviantes, tal como as minorias étnicas, os homossexuais, os toxicómanos, entre outros grupos. Identificar as estruturas implícitas do discurso através das quais os media apresentavam estes actores como exteriores aos valores consensuais, nomeadamente através da proeminência de notícias relacionando-os com a criminalidade ou práticas violentas, tornou-se um paradigma da crítica social dos media.

Os casos de conflitualidade laboral analisados pelas escolas de investigação então surgidas no Reino Unido reportavam-se sobretudo às greves de mineiros de 1984/1985, um período particularmente conturbado da história recente do país, dominado pelo confronto entre o governo conservador de Margaret Thatcher e as organizações sindicais.

Essas investigações mostravam como as principais televisões, a BBC e a ITV, introduziam juízos ideológicos implícitos, nas margens de um discurso informativo organizado segundo as convenções jornalísticas da imparcialidade e da isenção. A especulação sobre a probabilidade de confrontos, a responsabilização dos sindicatos pela intranquilidade pública e a secundarização de dados sobre a adesão às greves revelavam como as grandes organizações mediáticas funcionavam como correia reprodutora dos interesses de classe e dos valores dominantes no sistema. Adoptando a terminologia do norte-americano James Carey, as notícias funcionavam como rituais de exclusão de forças e grupos sociais potencialmente ameaçadoras do equilíbrio imposto por um sistema de dominação de classe.

Para James Curran, estas estratégias de análise perderam peso à medida que os pressupostos marxistas clássicos em que assentavam foram sendo questionados. Segundo afirma, “os trabalhos de Michel Foucault contribuíram fortemente para esse desencanto, ao oferecer uma visão múltipla da sociedade, ao revelar a multiplicidade das relações de poder que estão em jogo nas diferentes situações. Estas não podiam ser reduzidas, segundo Foucault, a uma oposição binária entre interesses de classe” (Curran, 1997: 53). A evolução dos estudos sobre a recepção, nomeadamente a partir da década 80, levaram também ao questionar do modelo de análise que identificava o discurso mediático como reprodutor de uma hegemonia, no sentido em que este conceito de Gramsci era retomado por investigadores como Raymond Williams: um processo ultrapassando a ideologia e a cultura, enquanto “conjunto de práticas e expectativas cobrindo todas as dimensões da vida: os nossos sentidos, as decisões sobre onde aplicar a nossa energia, a formatação das nossas percepções sobre nós próprios e o mundo” (Williams, 1977: 109-110, citado in Berger, 1991: 49).

Se os pressupostos sobre o papel dos meios de comunicação de massa mudaram, no campo da investigação crítica sobre os media, também a televisão se transformou, nas duas últimas décadas, na Europa. Com as políticas de desregulação do audiovisual, emergiram as televisões privadas, introduzindo novas práticas e géneros ao nível do entretenimento e da informação. Esta transformação foi descrita, em 1985, por Umberto Eco, como a passagem da era da “paleo-televisão” à era da “neo-televisão”. Retomando Eco (citado por Eric Macé, em “A Televisão do Pobre; Sociologia do público participante: uma relação encantada com a televisão”), a neo-televisão “fala antes de todo de si própria e do contacto que está a estabelecer com o público. (...) Caminhamos para uma situação televisiva em que a relação entre o

¹ Mestrando em Ciências da Comunicação - Universidade Nova de Lisboa

enunciado e os factos perde cada vez mais importância, a favor da relação entre a verdade do acto de enunciação e a experiência da recepção da mensagem pelo tele-espectador” (Eco, 1985: 148, citado in Macé (Daniel Dayan. org), 1997: 186).

As diferenças entre a “velha” e a “nova” televisão sobressaem quando comparamos as estratégias actuais da cobertura televisiva dos conflitos laborais. A realidade portuguesa dos últimos dois anos, que é o objecto central desta análise, mostra qual a dimensão da mudança no plano dos géneros e das estruturas discursivas entre a “nova” e a “velha” televisão, que se centrava no protagonismo exclusivo dos actores institucionais, criando formas de exclusão ou integração desses protagonistas através do “gate-keeping” ou de processos discursivos conotando implicitamente esses protagonistas com a ameaça ao “status quo”.

O fim dos monopólios estatais dava lugar a uma televisão validada pelas audiências e na qual os valores de mercado definiam as escolhas noticiosas. A televisão auto-enunciativa passou a ser atacada pelas elites que haviam perdido o controlo da mensagem. A neo-televisão produz o seu próprio discurso e afirma a sua própria legitimidade – a legitimidade sustentada nas audiências – para deslegitimar os poderes públicos eleitos.

Em “Homo Videns; A Sociedade Teledirigida”, o politólogo Giovanni Sartori afirma que a televisão anula a substância da política, ao submetê-la aos critérios de noticiabilidade televisiva, como a imagem ou o “soundbyte”. Referindo os casos das eleições ganhas por Silvio Berlusconi e Collor de Mello, na Itália e no Brasil, Sartori avisa quanto aos riscos de uma política centrada nas emoções e na personalização: “a televisão propõe-nos pessoas (que às vezes falam) e discursos (sem pessoas). O vídeo-líder, “mais do que transmitir mensagens, é a própria mensagem”: apresentam-se como personagens ambíguos, de forma a que o maior número possível de eleitores se projecte neles. Finalmente, acrescenta Sartori, “a vídeo-política tende a destruir – umas vezes mais, outras menos – o partido ou, pelo menos, o partido organizado de massas que dominou a cena na Europa durante quase um século (Sartori, 1998: 107-110).

Sartori descreve a política “video-eleitoral” em termos que já era possível encontrar na descrição de Jurgen Habermas das democracias eleitorais do pós-guerra, em “A Transformação Estrutural da Esfera Pública”: um sistema de comunicação dominado pelo “marketing” político e no qual a substância racional do debate foi substituída por mensagens visando cativar, através da emotividade, a atenção de um núcleo específico da população, os chamados “swing voters” ou eleitores indecisos.

Para Habermas, a transformação da esfera pública levou a que “um público de cidadãos foi desintegrado enquanto público e reduzido por meios publicistas a uma posição onde podia ser reclamado para legitimar compromissos políticos sem participar em decisões efectivas ou ter qualquer possibilidade de participação” (Habermas, 1994: 219). A “neo-televisão” mudou os termos da “pluralidade não-resolvida de interesses em competição” que constitui a esfera pública «aumentada», teorizada por Habermas. Significarão essas transformações, nomeadamente o aparecimento de um “público participante”, uma alteração à esfera pública refeudalizada?

Liberais e marxistas, no entanto reencontram-se na crítica a uma televisão dominada pelas audiências, retomando a crítica contra a ditadura das massas expressa, no século passado, pelo filósofo liberal John Stuart Mill. Autores como o antropólogo Georges Ballandier teorizam a transferência da legitimidade política do sistema político para um sistema mediático acima de qualquer controlo, dominado pelo poder económico e que pode ser utilizado como arma de pressão do sector privado sobre o Estado.

Ballandier caracteriza esse enfraquecimento do político a partir de uma perspectiva ritualista: “a política depende da cenografia, o social também. Foi sempre assim, mas as técnicas de comunicação criam uma progressão contínua de intensidade dramática, uma capacidade crescente de aperfeiçoar os efeitos – e de os desviar, também, segundo os interesses em curso” (Ballandier, 1999: 132). Numa sociedade mediática onde os homens políticos “são, ao mesmo tempo, manipuladores e manipulados” (Ballandier, 1999: 125), onde a palavra foi substituída pela imagem e na qual a própria contestação ao sistema recorre ao exagero e ao espectacular, a comunicação torna-se o centro da sociedade. “Quando os impérios políticos se desfazem, o

império comunicacional avança (...). Quando as religiões se enfraquecem, as ideologias e as «visões do mundo» esmorecem e deixam o homem contemporâneo desprovido de grandes pontos de referência, quando o político perde uma parte do seu conteúdo em benefício apenas da competência, a comunicação ocupa o terreno assim abandonado. Monopoliza o imaginário, produz o real e as suas simulações, engendra as «sociodiceias» modificadoras, cria e impõe as figuras detentoras do poder e mantém-as na sua dependência” (Ballandier, 1999: 123/124).

Em “Sur la Télévision”, o sociólogo Pierre Bourdieu analisa as transformações impostas pelo desenvolvimento de uma televisão e de um jornalismo dominados pelos valores de mercado aos universos da cultura e da ciência. Na produção cultural, o êxito comercial é transformado em “legitimação democrática” (Bourdieu, 1996: 88). A simplificação do real, a redução do complexo a formas imediatas, traduz, para Bourdieu, a contradição entre a urgência do discurso mediático (o “fast thinking”) e a lentidão do pensamento. A concorrência entre os media e a sujeição do jornalismo aos constrangimentos do mercado conduz a uma uniformização da oferta jornalística, que o autor designa de concepção circular da informação, onde jornalistas copiam as notícias de outros jornalistas, numa marcação cerrada. A comunicação reduz-se a uma prática fechada sobre si própria, em resultado dos procedimentos jornalísticos, tal como uma televisão de mercado serve aos espectadores não realmente o “novo”, mas a confirmação do que estes já sabem.

Esta noção do poder dos media, enquanto agentes que deslegitimam o poder público e que, conduzidos pela força do mercado, relegitimam a “baixa cultura” popular contra a “alta cultura” popular contraria a perspectiva dos media como reprodutores ideológicos do “status quo”. Em primeiro lugar, por possuírem um poder próprio e quererem afirmar a legitimidade do seu discurso face aos restantes discursos da sociedade. Em segundo lugar, por produzirem codificações próprias que contrariam as dos poderes político e cultural. Em suma, os media aparecem como agentes autónomos na sociedade, exercendo um império arbitrário sobre a política, os valores, as atitudes e o gosto.

Observando o modo como a televisão, em particular a comercial, procede hoje em dia em Portugal, onde a “neo-televisão” surgiu na década de 90, verificamos a existência de inúmeras mudanças face às estratégias de ocultação ou manipulação da informação que eram a regra, no nosso país, na vigência do monopólio estatal da televisão.

Procuraremos então enquadrar as estratégias discursivas contemporâneas do telejornal no quadro da mutação geral ocorrida na televisão europeia desde a década de 80 do século XX, ou seja a transição de um sistema de monopólio público para um sistema misto, combinando os sectores privado e público. No caso português, essa combinação tem-se caracterizado por uma preponderância do sector privado, no plano das audiências e por um questionar permanente da legitimidade do serviço público de televisão. Em 2004, a RTP1² permanece o menos visto dos três principais canais generalistas. No entanto, no que se refere aos telejornais, a situação é de um equilíbrio dinâmico, no qual a televisão pública é bem mais performativa do que no plano da programação (1).

² A RTP1 perdeu a liderança nas audiências para a SIC, em 1995, três anos após o início da televisão privada em Portugal. Em grande parte, essa mudança deveu-se à transferência das novelas da Globo da RTP1 para o canal de Carnaxide. Em 2000, a TVI passou a ser a estação mais vista, nomeadamente no horário nobre, devido ao efeito combinado de uma informação que acentuou a tabloidização introduzida pela SIC, dos “reality shows” e da telenovela portuguesa, hoje mais vista do que a brasileira. A situação actual é a de um equilíbrio dinâmico, onde a SIC e a TVI disputam a liderança no “share” diário e apresentam diferenças muito escassas. Segundo os dados da Marktest, a SIC e a TVI surgem numa banda entre os 28 e os 32 pontos percentuais e a RTP1 ocupa uma fasquia entre os 23 e os 25, mas consegue ultrapassar os canais privados quando exhibe jogos de futebol relevantes. Quanto à informação, os telejornais da TVI, SIC e RTP1 surgem regularmente entre os cinco programas mais vistos do dia. Em geral, apenas são derrotados pelo futebol ou por duas a três telenovelas, superando a restante programação. Desde Novembro de 2002, o envolvimento de pessoas famosas no processo da Casa Pia aumentou a audiência dos noticiários televisivos e tornou-os ainda mais preponderantes na estratégia dos três canais mais vistos.

A transição de um sistema de monopólio para um sistema misto resultou numa transformação das estratégias informativas da televisão. Às estratégias de manipulação ou de ocultação de notícias e protagonistas desfavoráveis, sucederam-se práticas jornalísticas potenciando o impacto de notícias inquietantes, nomeadamente quando estas envolviam acções públicas de protesto, em geral organizadas à margem dos partidos políticos. Estas notícias enquadram-se na categoria que Herbert J. Gans define como notícias disruptivas da ordem social (“social disorder news”), no sentido em que “as marchas e as manifestações são, de um determinado ponto de vista, acções de protesto, mas os media tratam-as quase sempre como ameaças potenciais ou reais à ordem social” (Gans, 1980: 53).

O «buzinão» na Ponte 25 de Abril, em 1994, representou a irrupção desse novo modelo e transformou-se ele próprio num ícone que os media procuraram reproduzir nos anos que se seguiram. O «buzinão» tornou-se um símbolo da perda de legitimidade dos governos maioritários do PSD, que seria derrotado nas eleições do ano seguinte por um PS cujo discurso assentava na ideia do «diálogo», como meio de reconstrução de equilíbrios na sociedade portuguesa.

Nos anos da governação de António Guterres, a cobertura de acções populares de protesto envolvendo cortes de estrada e de vias férreas ou aspectos mais particulares, como a constituição de milícias populares, surgiam regularmente na abertura dos telejornais. Episódios como a polémica relativa aos touros de morte em Barrancos foram ciclicamente retomados e apresentados como situações onde a legitimidade do poder político era posta em causa.

Outro tema relevante, na segunda metade dos anos 90, foi o enfoque³ dado a temas relativos à criminalidade. O caso do “Gang do Multibanco”, em 1995 e o empolamento artificial dos assaltos em várias áreas de serviço, no Verão de 2000 são exemplos de casos em que a criminalidade foi apresentada em contextos que tornavam todos os espectadores comuns em vítimas potenciais, dado tratarem-se de práticas criminosas ocorrendo em áreas públicas muito frequentadas (2). Em todos estes casos, a neo-televisão potenciou a dimensão disruptiva das notícias sobre desordem social e tornou vulnerável a posição do poder político, em vez de «repor a ordem». Com a eleição do governo de coligação PSD/PP, em 2002, as questões laborais tornaram-se centrais na gestão da intranquilidade social pelo poder. Num contexto de crise económica declarada, reforçado por medidas políticas afectando direitos adquiridos, nomeadamente no plano da lei laboral (e que contrastava com a relativa euforia do final dos anos 90 do último século), a contestação social na abertura do telejornal tornava-se menos localizada e específica para centrar-se num tema político por excelência, como o das relações de trabalho. Essa politização do protesto iria reflectir-se na atenção das televisões, públicas e privadas?

Verificaram-se inúmeros elementos ambíguos ou que podem ser considerados como de defesa do “status quo” na cobertura das greves da função pública. Esses elementos verificam-se, desde logo, na forma como o acontecimento é enquadrado discursivamente. Ao optar pela designação de “greve geral da função pública”, os sindicatos, em particular a CGTP, aumentavam a dimensão do acontecimento, conotando-o com greves gerais do passado, nomeadamente as de 1982, quando Portugal era também governado por uma coligação de centro-direita. Essa designação colocava um repto aos media que hesitaram na designação a atribuir ao acontecimento: “greve geral” obedecia aos critérios de simplificação da mensagem, mas implicava reconhecer, no plano semântico, que o acontecimento era comparável às greves de 1982, como pretendiam os sindicatos. Apenas em alguns casos, a designação de “greve geral” foi utilizada, em particular na greve de 2003.

Outro elemento central no enquadramento da paralisação são as entrevistas de rua, a chamada “vox populi”. Em regra, este género é utilizado de forma a evidenciar o descontentamento dos utilizadores dos serviços públicos quanto à greve, nomeadamente nos transportes, estabelecimentos de saúde ou serviços de atendimento ao público. Esse

³ A influência do enfoque da televisão em temas relativos à criminalidade no comportamento dos eleitores é um “leitmotiv” da crítica ao «populismo televisivo» e foi apontada como uma das causas da subida da extrema-direita nas eleições presidenciais de 2003, em França.

descontentamento perante a greve recorre à forma da “voz popular” para deslegitimar a greve em dois planos. Em primeiro lugar, ao sublinhar que esta prejudica essencialmente membros do público. Em segundo lugar, estabelece no discurso uma dicotomia entre cidadãos que não são funcionários do Estado e os que são funcionários do Estado, sublinhando implicitamente que os primeiros são trabalhos privilegiados em relação aos segundos. A greve como direito é assim apresentada como privilégio de uma camada específica da população, face aos trabalhadores do sector privado, onde a capacidade de mobilização sindical é muito menor.

No entanto, verificaram-se excepções a esta regra, de novo na greve de 2003 e, em particular, na TVI. Neste caso, a “vox populi” mudou e era mais frequente ouvir pessoas, entrevistadas em estações de comboio ou urgências hospitalares, manifestar a sua solidariedade para com os grevistas, sublinhando a mensagem do descontentamento geral.

Apoiando-se na força expressiva do comentário de rua, a “vox populi” é uma ferramenta mais importante para o “framing” do acontecimento do que a quantificação da adesão. Nesta matéria, as televisões adoptaram a estratégia discursiva de apontar o irrealismo das percentagens apresentados pelas duas partes: demasiado elevados os dos sindicatos, demasiado baixos os do Governo. Esta estratégia desvaloriza qualquer possibilidade de aferir a real dimensão de uma greve. Essa aferição é transferida para o discurso das notícias, seja sob a forma da “voz do povo”, seja através de reportagens sobre a paralisação.

Outras formas significativas são as que traduzem a incorporação do acontecimento nas estruturas discursivas do telejornal. Entre essas formas destacam-se a cobertura da paralisação em contínuo, nomeadamente nos canais de notícias (SIC Notícias, NTV) e a polarização do conflito em torno dos protagonistas principais. A informação sobre a greve passou a começar às zero horas, com o regresso à base dos camiões camarários de recolha do lixo, a qual tornou-se um acontecimento transmitido em directo, em que participam os principais dirigentes sindicais. Os espaços informativos da manhã da RTP1, SIC Notícias e, em 2003, da TVI passaram a acompanhar, no mesmo registo, as primeiras horas da paralisação.

A personalização do conflito levou à identificação de personagens ou antagonistas principais, o líder da CGTP, Carvalho da Silva, e o ministro Bagão Félix. Na greve de 2003, a estratégia de personalização levou televisões como a SIC a filmar, num registo íntimo, as primeiras horas do dia de greve dos dois actores. Uma equipa de reportagem acompanha o périplo solitário de Carvalho da Silva pelos vários pontos quentes da paralisação. Outros repórteres acompanham Bagão Félix a sair de casa e a viajar no carro oficial até chegar ao gabinete no ministério. Em ambos os casos, o registo político é minimizado, face ao registo intimista.

Na reportagem sobre o membro do Governo, sobressaem uma personalidade tranquila, a referência aos valores da família e o notório benfiquismo do político. Assim, quando chega ao ministério, vemos Bagão Félix inteirar-se da informação disponível sobre a greve, mas o elemento que sobressai é o facto de ele não dispensar a leitura de um diário desportivo num dia de contestação à sua política.

Vale a pena sublinhar, a este propósito, que o Governo PSD/PP adoptou uma postura política de não hostilizar as greves. Durão Barroso e Bagão Félix adoptavam um discurso em que reconheciam o direito à greve, mas acrescentavam “não haver alternativa” à política do Executivo. Uma atitude em contradição com a postura militante anti-grevista assumida por outro ministro, Paulo Portas, num discurso de “rentrée” do Partido Popular, em 2002.

A reportagem sobre Carvalho da Silva acentuava uma imagem pessoal extremamente positiva, ainda que despolitizada. O sindicalista é apresentado como um trabalhador incansável, uma personalidade altruísta e preocupada com os outros, um ser humano afável e solidário, transmitindo palavras de encorajamento a cada piquete de greve. A construção da personalidade de Carvalho da Silva tem sido um elemento central na relação actual da televisão com o sindicalismo, sublinhando a moderação do discurso, o homem que “veio de baixo” mas que concluiu uma pós-graduação. O corolário dessa construção foi a criação, pelos media, de um pseudo-evento, no sentido definido por Daniel J. Boorstin, em torno de uma hipotética candidatura do sindicalista à liderança do Partido Comunista Português.

Finalmente, é importante mencionar outros dois aspectos da cobertura televisiva, nos planos do dispositivo e da análise sintagmática dos telejornais. As greves de 2002 e 2003 mereceram blocos de aproximadamente 30 minutos na abertura dos telejornais da SIC e da TVI e um pouco menos no da RTP1. Em todos os casos, o dispositivo televisivo instalado era dominado pela frequência das ligações em directo. Em 2003, RTP1 e SIC empreenderam uma identificação sistemática da adesão à greve região a região, retomando uma fórmula muito frequente nos noticiários da estação brasileira TV Globo.

De um modo geral, consideraríamos que as televisões portuguesas cobram o conflito laboral seguindo os padrões da “neo-televisão” e afastaram-se do padrão da “paleo-televisão” em torno do qual foram construídas as análises que legitimaram a visão do papel dos media como o de instrumentos de propaganda, reprodutores de um discurso hegemónico e visando a manutenção do “status quo”. Esse padrão distingue-se do anterior por uma conflitualidade entre o poder mediático e o poder político: os pontos de vista de Sartori e Ballandier são pertinentes quanto à realidade portuguesa, que é também a de um país onde o poder político é tradicionalmente fraco e tem dificuldade em impor-se ao poder económico. No plano da indústria dos media, esse dado é demonstrado pela dificuldade do Estado em fazer aplicar normas legais. Os media privados funcionam também como instrumentos de pressão das próprias empresas de comunicação sobre o Governo.

O segundo padrão que diferencia a era da “neo-televisão” é o populismo e o domínio dos gostos da audiência, referido por Macé, no contexto de uma televisão que, como se conclui das passagens de Umberto Eco citadas por aquele autor, funciona num registo auto-referencial.

Nada disto significa, no entanto, que essa neo-televisão desempenhe funções de controlo social idênticas às dos velhos monopólios do Estado. Mas as diferenças no plano do discurso são evidentes.

Tal como acontecia nas notícias sobre as greves na Inglaterra, o tratamento jornalístico das greves e outros conflitos laborais preenche, de um modo geral, critérios jornalísticos elementares, como o de escutar as duas portas. No caso português, os sindicatos não são certamente uma entidade excluída. Não só são escutados regularmente como recebem um tratamento mais empático do que os partidos políticos. A visibilidade que estes temas vêm merecendo nos telejornais mostra também que as televisões não escondem a conflitualidade laboral e usam-na da mesma forma que deram relevo a outras formas de contestação social.

Isso significa que um dos pressupostos de análise que referimos no início deste texto não se verifica: as forças sindicais não são, pelo menos em determinados contextos, excluídas. Pelo contrário, são integradas no mesmo discurso informativo que secundariza o partido político. O discurso interpretativo dos jornalistas tende, hoje em dia, a consagrar o discurso populista contra a democracia representativa e os partidos e propõe-se representar formas de representatividade que encaixem numa visão do mundo onde o político tem o valor de um enunciado falso e a expressão espontânea da vontade popular tem um valor de verdade.

A questão central, no entanto, é o contexto em que são exibidas e o modo como o discurso televisivo enquadra uma realidade que, de qualquer modo, já não é escondida. O que é relevante é que, para adquirir a dimensão de grande tema televisivo, o movimento sindical foi despojado da sua carga ideológica. A reciclagem de um agente político na “televisão do pobre” implicou a respectiva despolitização, não pela omissão da dimensão ideológica da mensagem, mas pela reintegração desta no discurso popular da televisão. Este formatou o conflito laboral como uma tragédia humana, focando sobretudo os aspectos íntimos do sofrimento e justificando a situação vivida pelos trabalhadores no desemprego como um fatalismo face ao qual nada há a fazer.

É nas notícias sobre o encerramento de fábricas, nomeadamente de empresas multinacionais, que esses elementos são mais visíveis. Crises como as da Clarke ou da Brax foram sempre abordadas com recurso intensivo ao directo e à entrevista às famílias no desemprego. Os responsáveis pelo encerramento das empresas raramente têm rosto: as multinacionais são adversários inatingíveis. No caso das empresas têxteis, é significativo ainda estarmos perante situações que afectam, acima de tudo, as mulheres de meia idade, que são um dos públicos mais importantes da “televisão do pobre”. A Clarke é talvez o caso mais

expressivo. As televisões acompanharam todos os desenvolvimentos do processo e fizeram reportagens a pretexto de que havia decorrido um determinado período de tempo desde o encerramento. Isto significa que as televisões fizeram a sua própria agenda em torno do desemprego e codificaram-no à sua maneira. Situada em Castelo de Paiva, a Clarke foi associada à «outra tragédia que se abateu sobre o concelho», a queda da ponte de Entre-os-Rios. Sintomático é ainda o facto de os protagonistas da tragédia terem construído estratégias emotivas de mediatização do conflito: as operárias da Clarke juntavam-se à saída da fábrica e aplaudiam as colegas que saíam, pela última vez, das instalações. Não era apenas uma manifestação: era a resposta à exclusão através de uma ritualização mediática da situação, já que os protagonistas encenaram uma situação para ser filmada.

Esta análise dos géneros discursivos poderia levar-nos, erradamente, a legitimar o discurso das próprias televisões comerciais, de acordo com o qual estas têm um maior valor «democrático», precisamente na medida em que dão eco à voz da rua, em detrimento dos políticos e actores institucionais. Em “Media Discourse”, Norman Fairclough apresenta este dilema da seguinte forma: “as práticas discursivas coloquializadas manifestam uma verdadeira mudança nas relações de poder a favor das pessoas comuns ou devem apenas ser vistas como uma estratégia da parte dos que têm poder efectivo para recrutar pessoas como audiências e manipulá-las social e politicamente?” (Fairclough, 1995: 13).

O autor responde a esta pergunta em três planos. Primeiro, ao explicar que as práticas discursivas correspondem a uma mudança na sociedade e não apenas no discurso dos media. Assumindo que “as mudanças na linguagem e na prática discursiva dos media constituem mudanças sociais e culturais” (Fairclough: 1995, 29), Fairclough contextualiza estas práticas mediáticas num plano social geral. “Elas são parte de uma mudança geral nas relações sociais e nos valores culturais que têm sido descritas como formas de individualismo, «destradionalização» ou «informalização», afectando as relações de autoridade, as relações entre os domínios público e privado da vida social e a construção de uma identidade própria” (Fairclough, 1995: 51). Num segundo plano, Fairclough afirma que estas mudanças representam um grau relativo de democratização. No entanto, estas mudanças não nos permitem eliminar a ideologia do discurso dos media. Para Fairclough, a ideologia pode ou não estar presente no discurso mediático. Neste sentido, os postulados identificando o papel dos media com a reprodução da ideologia são falsos ou, pelo menos, não são absolutamente verdadeiros. Mas não é possível olhar para esta televisão «informalizada» e imaginá-la como um sistema onde as relações de poder teriam sido magicamente eliminadas ou, no mínimo, reequilibradas equitativamente.

O populismo televisivo deve ainda ser situado numa dinâmica histórica concreta. James Curran recorda que “a retórica neoliberal mobilizou a estética popular revisionista para justificar a destruição das televisões europeias de serviço público” (Curran, in Daniel Dayan org., 1997: 72), instituindo o consumidor como árbitro soberano.

Num outro sentido, é ainda necessário entender a neo-televisão como uma televisão que, sendo generalista, já não se dirige a todo o «grande público» de que falava Dominique Wolton e a sua função de «garante do laço social» deixou de se aplicar necessariamente a todo o tecido social. Para Eric Macé, “a televisão comercial seria o cumprimento da exploração cultural da «cultura pobre»” (Macé, in Daniel Dayan, org. 1997: 188) e “significa, antes de tudo, uma relação de domínio entre uma indústria cultural e uma população definida pela sua função de consumo e pelo seu papel de «público» (idem: 190). Numa perspectiva coerente com a noção adorniana da «indústria cultural», a televisão «popular» seria explicável no contexto da «divisão comercial» dos produtos culturais, através da criação de públicos especializados. Este dado seria escondido pelo facto de falarmos de um produto de “grande público” e não destinado a um público especializado. Macé, no entanto, vê correctamente que a televisão popular, ao contrário do mito original da televisão generalista, não se destina a todos os públicos, mas sim a uma maioria específica, os 30 por cento de espectadores que consomem 60 por cento da programação televisiva (Macé, *ibidem*: 188).

Macé sublinha, no entanto, que esta televisão «é um dos primeiros casos de figura histórica de uma monopolização pelas classes populares de uma instituição de vocação universal” (idem, *ibidem*). Por isso o tema é tão complexo: afinal, uma televisão popular

exprime os valores populares (mesmo que para os comercializar e mesmo sendo “valores populares” uma expressão demasiado vaga) ou incorpora esses valores no discurso do “status quo” repetindo, num novo contexto, as tarefas «clássicas» da televisão generalista?

O encerramento anunciado da fábrica da Bombardier/Sorefame é o exemplo mais recente de uma situação de despedimento colectivo numa empresa multinacional. A 23 de Março, os trabalhadores da empresa manifestaram-se em Lisboa, junto à residência do primeiro-ministro. A cobertura mediática do acontecimento pela TVI, RTP/NTV e SIC/SIC Notícias possui elementos reveladores sobre as estratégias diferenciadas de cada canal perante um conflito laboral.

No caso da SIC/SIC Notícias, o elemento mais relevante é uma reportagem de cinco minutos sobre uma família onde tanto o pai como o filho trabalham na Bombardier. Essa reportagem é o item mais longo de um bloco de aproximadamente oito minutos, os primeiros três dedicados à manifestação e os restantes a esta reportagem. A organização do bloco noticioso denota, desde logo, o enfoque numa abordagem intimista do problema, abordando um caso pessoal. Os valores destacados na reportagem são a ética do trabalho e a família tradicional: a ambição do filho é ser igual ao pai, um bom trabalhador de uma fábrica de comboios. A participação de ambos na luta sindical é mencionada, mas no final da reportagem. Aí, os protagonistas são filmados num ambiente social (a fábrica) mas, na maior parte da reportagem, são filmados no ambiente doméstico. Os elementos emocionais predominam sobre os racionais. O momento emocional mais forte é aquele em que o pai deseja que um milagre impeça o encerramento da fábrica. A mobilização laboral em defesa de um direito é secundarizada em função de um discurso resignado (“ter trabalho já era bom”) e a tragédia da família é sublinhada pela apresentação desta como ostentando valores implicitamente em contradição com o individualismo dominante. Esta reportagem, como a maior parte das reportagens sobre as tragédias individuais provocadas pelo desemprego, funciona, de algum modo, como uma sublimação dessa tragédia. A mensagem final é ambígua. Existe uma exposição e humanização do desemprego: o membro do grupo potencialmente excluído não é marginalizado do discurso mediático, mas sim integrado. Merecer a empatia da televisão é como uma compensação social pela perda do emprego. A reportagem mostra também como a televisão redefine as fronteiras entre público e privado, ao transformar um conflito social numa variante de um género noticioso, o drama individual.

Esta reportagem não foi exibida no canal de notícias da estação, a SIC Notícias. A peça exibida nesta estação é diferente da que seria exibida, uma hora mais tarde, na SIC generalista. Na primeira versão, é focada a presença de Carlos Carvalhas no local, que seria omitida na segunda versão. O público mais elitista do canal por cabo foi privado da reportagem de interesse humano, que está feita à medida do público do canal generalista.

Os elementos mais significativos do trabalho da TVI são a agressividade da retórica contra a passividade do Governo e o facto de ter sido o único canal a noticiar que, nesse mesmo dia, em Bruxelas, a Bombardier impusera que a fábrica da Amadora apenas poderia ser adquirida por uma empresa que não fabricasse comboios, decretando assim a sentença final para os trabalhadores. Todos os canais têm delegações em Bruxelas, mas apenas um deu esta informação e, conseqüentemente, apresentou o despedimento colectivo como um facto consumado. A TVI adoptou uma atitude inequívoca de denúncia e forneceu os elementos informativos exigíveis na perspectiva de uma informação que permita o debate crítico e racional. Em geral, esta é a estação que investe mais nas dimensões íntima e privada dos conflitos laborais. Neste caso, foi a única a criticar abertamente o poder político, adoptando uma postura opinativa – de causas -, num contexto populista.

A RTP mostrou-se sempre a mais próxima do modelo da “paleo-televisão”. Foi o canal que colocou o tema mais longe do início dos seus telejornais do dia. A reportagem era a mais tímida: dava um número de manifestantes equivalente a metade do número avançado pelos restantes canais e era a mais branda na justificação pelo facto de o primeiro-ministro não ter recebido, pessoalmente, os manifestantes.

Na conclusão deste texto, sublinharíamos que os paradigmas teóricos relativamente ao papel legitimador dos media perante a ordem social mudaram, tal como os próprios media e, em

particular, a televisão, mudaram em função das próprias transformações da sociedade. Isto significa que a cobertura da conflitualidade laboral pelas televisões mudou, em função do valor de mercado representado pelo drama das famílias, mas também por a televisão exprimir

uma «informalização» da sociedade que, em última análise, implica novas estratégias de legitimação, numa sociedade onde mudou a relação com a autoridade e com o poder.

O uso de formas discursivas intimistas como uma nova forma de legitimação é uma hipótese colocada por Norman Fairclough, na análise a programas de televisão como “Crimewatch UK” e “999”, da BBC, ambos caracterizados por um predomínio das vozes de pessoas comuns sobre as figuras institucionais e onde as próprias figuras representando instituições (pólicas e bombeiros, respectivamente) são apresentadas em contextos onde se exprimem de forma coloquial. Para Fairclough, esse redimensionamento dos domínios do público e do privado, resulta em expressões, diversas, de uma mesma forma de legitimação: “enquanto «Crimewatch UK» está a reconstruir activamente as relações entre a polícia e o público, «999» está a consolidar relações (com os bombeiros) que já eram bastante sólidas” (Fairclough, 1995: 175).

Assim, o que Habermas definiria como discursos do mundo-vida adquirem o direito à visibilidade partilhada da televisão popular e entram em competição com os discursos institucionais. Todos eles estão sujeitos à mediação de meios de comunicação de massa, que aspiram a definir eles próprios as significações legitimadoras do “status quo”, num contexto onde o poder económico está protegido, mas no qual o poder político é vulnerável.

Vemos na análise ao caso da Bombardier a existência de registos de referência distintos em função dos vários canais. Mais defensiva na televisão pública, de “interesse humano” na SIC e sem omissões informativas, no contexto de uma retórica política agressiva, na TVI. Isto mostra a dificuldade de padronizar discursos mediáticos que, em cada caso concreto, podem ser influenciados por constrangimentos organizacionais ou factores aleatórios.

Mas os dados centrais que se destacam desta visão panorâmica são o ênfase na “privatização” de problemas sociais, gerando uma empatia entre o espectador e as vítimas do desemprego e a diferença entre televisões comerciais e a televisão pública. Nesta última, a tentativa de demarcar o estilo do canal público face aos privados parece confundir-se com um retrocesso aos mecanismos de menorização de acontecimentos perturbadores, típicos da “paleo-televisão”. A visibilidade dada aos protagonistas “anónimos” da tragédia abre-lhes ainda para agir enquanto produtores autónomos de significados, nomeadamente através dos directos. A neo-televisão assume-se como o teatro onde os cidadãos descontentes podem encenar uma situação mediática, para assumirem o controlo da mensagem.

No campo específico da conflitualidade laboral, o modelo da “neo-televisão” revela-se, pois, mais aberto e democrático do que o da “paleo-televisão”. Mas os limites dessa abertura são estabelecidos pela obediência dos critérios editoriais à lógica comercial. Como escreve Enrique Bustamante, se a televisão pública europeia definia-se pela função política e social de estabelecer um vínculo entre a administração pública, os canais privados compreenderam que “a informação era um elemento capital para legitimar a sua presença” (Bustamante, 2003: 125), num contexto onde a informação é importante desde logo no plano da imagem de cada canal, mas onde o telejornal é cada vez mais importante no capítulo da luta pela melhor audiência. Neste contexto, a informação assume um papel de legitimação do próprio canal perante o seu público.

Esta televisão que se abre ao telespectador é também aquela onde a informação se torna um género híbrido, misturando deliberadamente notícias, histórias de interesse humano e entretenimento num território comum. Ouvir a voz da rua ou procurar a repercussão íntima e familiar de cada drama social ou político são características quintessenciais do jornalismo da neo-televisão. Neste sentido, a informação sobre conflitos laborais é apenas inserido em novos tipos de formatações “standard”.

Esta é também a televisão condicionada pela necessidade de repetir até à exaustão programas que captem a atenção do público, sem se permitir variações. Bustamante cita esta ideia lapidar de Carlo Freccero, um dos programadores dos canais privados de Silvio Berlusconi: “uma grelha de programação construída com base em sondagens não pode deixar de

propor indefinidamente os programas já escolhidos pelo público” (Bustamante, 2003: 104). A mesma lógica aplica-se aos telejornais, cujos alinhamentos obedecem a regras de contra-programação idênticas às dos programas e têm como principal barómetro a análise às audiências das notícias dos dias anteriores.

Uma televisão construída de acordo com estes critérios dificilmente poderia preencher os requisitos de uma esfera pública real, no sentido em que a emoção e a adesão antecipada de uma parte do público (e não de todo o público) a determinados temas e formatos não pode ser articulada com as exigências de um debate crítico e racional. A presença do público participante também não pode ser considerada como consistente com o outro requisito essencial do conceito habermasiano de esfera pública, que é o da comunicação horizontal, uma vez que a voz dos membros do público é integrada no contexto vertical de um meio de comunicação de massas.

No entanto, é inegável que produziu uma transformação no sentido de uma maior abertura e de um menor controlo institucional da mediatização dos conflitos laborais e constitui uma forma de legitimação não só dos próprios canais, como ao instituir a visibilidade de problemas e figuras antes abordados apenas numa perspectiva “desviante”. As implicações profundas dessa prática no plano da legitimação da ordem existente implicariam, naturalmente, uma análise mais vasta do que esta, onde pretendemos apenas contextualizar observações em algumas pistas possíveis de interpretação. As ambiguidades que procurámos exprimir são apenas aproximações a um problema vasto, mas que nos parece central nos planos da democracia, da liberdade de expressão e da relação entre as transformações formais da televisão e as transformações sociais.

Bibliografia

- BALLANDIER, Georges, “O Poder em Cena”, ed. Minerva, Coimbra, 1999,
- BERGER, Arthur Asa, “Media Analysis Techniques”, Sage, 1991
- BOORSTIN, Daniel J, «L’ Image”, ed. 10/18, Paris, 1971
- BOURDIEU, Pierre «Sur la Télévision», Liber, Paris, 1996
- BUSTAMANTE, Enrique: “A economia da televisão; As estratégias de gestão de um media”, Campo das Letras, Porto, 2003
- CURRAN, James: “El Decenio de las Revisiones. La investigación en la comunicación de masas en los años 80”, in “En Busca del Público”, Daniel Dayan org., Gedisa, Barcelona, 1997
- FAIRCLOUGH, Norman, “Media Discourse”, Edward Arnold, Londres, 1995
- GANS, Herbert J., “Deciding What’s News”, Vintage Books, Nova Iorque, 1980
- HABERMAS, Jurgen, “The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society”, MIT Press, 1994
- HABERMAS Jurgen “Further Reflections on the Public Sphere”,
- MACÉ, Eric, “La Television del Pobre. La Participación del Público”, in “En Busca del Público”, Daniel Dayan org., Gedisa, Barcelona, 1997
- SARTORI, Giovanni, “Homo Videns, La Sociedade Teledirigida”, Taurus, Madrid, 1998
- WOLTON, Dominique, *Éloge du Grand Public*, Flammarion, Paris, 1990