

A PRESSÃO POLÍTICA SOBRE OS LÍDERES DE OPINIÃO - A LUTA PELA SOBERANIA DO TEMPO

Isabel Salema Morgado¹

FCT/UNL

Abstract

O problema que nos ocupa liga-se com o facto de sabermos se ao identificarmos a realidade que legitima o discurso dos líderes de opinião (Estado, mercado ou o reconhecimento por parte dos seus pares do papel de representação simbólica da opinião pública), estaremos também a identificar o tipo de comportamentos que os diferentes regimes políticos estão dispostos a estabelecer com os líderes de opinião do seu país, num comportamento que se pauta pela declaração mais ou menos assumida de conflito aberto entre o poder político e o poder ideológico espelhado na luta pela reprodução política do futuro.

Porque perdura nos regimes pluralistas contemporâneos uma relação de conflituosidade entre o poder político e os líderes de opinião? Habitados que estamos a pensar que esse grau de conflituosidade só atinge níveis problemáticos em regimes autoritários e totalitários, os quais tendemos a perceber como Estados distantes ou no espaço temporal ou no espaço geográfico, acabamos por ficar sem categorias que

¹ Agradeço ao Professor João Carlos Correia o amável convite que me dirigiu para participar nestas jornadas na UBI, o qual me permite apresentar e discutir publicamente certos aspectos do meu trabalho.

nos ajudem a pensar esta realidade social e institucional dos nossos dias quando subitamente dela tomamos consciência (ou tomamos conhecimento), ao experimentarmos-la no interior da nossa ordem social. Caber-nos-á procurar saber em que medida os discursos dos líderes de opinião constituem mensagens políticas que condicionam a actividade dos políticos, como é percebida na teoria e na prática a intervenção desse grupo crítico e qual a reacção possível ou concreta ao fenómeno.

As Constituições são uma estrutura ideológica bastante forte, e resultam de uma tentativa de salvaguardar os valores que eminentes gerações anteriores previram como sendo fundamentais para garantirem uma justa regulação da ordem pública do presente e do futuro, mas nada acrescentam para a compreensão, na prática, do desvio à norma. Os estudos de campo contribuem com dados imprescindíveis para a descrição e estudo do comportamento político, sistematizando-o, mas nada acrescentam sobre uma possível solução ao problema. A psico-sociologia procurará compreender as motivações e os meios utilizados no processo inter-relacional mas não procurará avaliar o conteúdo e a forma de uma possível solução assente na prova argumentativa. A esta dificuldade metodológica procurámos responder com um trabalho que, respeitando as diferentes abordagens, se desenvolverá sobretudo na área da Teoria Política e da Comunicação, e que tem na definição dos tempos de dois (no grupo de três) géneros de retórica que Aristóteles identificou, o seu eixo axial para

compreendermos o problema. A saber, o género deliberativo e o género epidíctico².

Por Comunicação Política adoptámos a definição de Dominique Wolton (1989) que a descreve como um lugar de confronto dos discursos dos políticos, dos jornalistas e da opinião pública.

1. Em que medida os discursos dos líderes de opinião constituem mensagens políticas que condicionam a actividade dos políticos?

Se considerarmos que há um fundamento empírico e teórico para a ideia que P. Champagne defende, a de que “a opinião pública é uma espécie de máquina de guerra ideológica utilizada pelas elites intelectuais e pela burguesia de toga com o intuito de legitimar as suas próprias reivindicações no domínio político e enfraquecer o absolutismo real”³, passamos a ter a coordenada que orienta a nossa investigação na área proposta. O mote que tem orientado a comunicação pública e cuja origem remonta à prática concebida pelos modernos relativamente à arte de governar, será, como julgamos, o que evidencia a existência de um conflito aberto entre os poderes⁴

² Aristóteles no seu livro *Retórica* enuncia três géneros discursivos: género judicial, epidíctico e deliberativo. No primeiro evidenciava-se a importância do tempo passado na construção do discurso, no segundo a importância do presente e no terceiro, o deliberativo, a importância do futuro.

³ Champagne, P. (1990).

⁴ A saber o poder político, o poder económico e o poder ideológico (na identificação tripartida de N. Bobbio). **Por poder** entende-se uma relação de domínio estabelecida entre dois ou mais sujeitos. X será subalterno em relação a Y, se X reconhecer, se for coagido a reconhecê-lo ou for persuadido a reconhecer que Y pode alterar o seu comportamento. Norberto Bobbio define assim o poder como “a capacidade que um

estabelecidos. Até aos dias de hoje a opinião pública continua a ser entendida pelos governantes e pelos governados como uma máquina de guerra ideológica. Isto é, ainda que se tenha procedido nos países ocidentais a uma democratização dos procedimentos governativos e a uma generalização da tese de que a opinião pública reforçou o seu papel político, sendo que tal potenciaria a cooperação entre os domínios do social e do político, a verdade é que ela não perdeu a sua natureza orientada para a acção de confronto, que está inscrita desde logo na sua matriz. Acção que se exerce na manifesta vontade de influenciar as decisões políticas,⁵ de controlar o poder político, sendo que este poder raramente se entende a si próprio como sendo de natureza divisível e portanto passível de se deixar controlar indiferentemente. O poder político procede de maneira a procurar ter sempre a vantagem ou dominar a iniciativa de orientar a vontade política dos governados. Por seu lado, a opinião pública revela o seu poder quando consegue orientar a vontade política dos governados impondo-lhe as suas razões ou interesses. Ambos procuram prever, antecipar e instituir uma ordem social que se inscreva no futuro. Mas se

sujeito tem de influenciar, condicionar, determinar o comportamento de um outro sujeito.” (Bobbio, 1999: p.216). O poder dos meios de comunicação seria então o poder ideológico⁴ que “se vale da posse de certas formas de saber inacessíveis aos demais, de doutrinas, de conhecimentos, até mesmo apenas de informações, ou então de códigos de conduta, para exercer uma influência sobre o comportamento de outrem e induzir os componentes do grupo a agir de um determinado modo e não de outro.”(Bobbio, 1999: p.221).

⁵ Habermas, J. (1962) faz a história do conceito “öffentlich Meinung” (opinião pública) no capítulo introdutório do seu livro. Procedendo à sua etimologia apresenta-o como denotando a realidade de uma discussão crítica, pública, de um público esclarecido que se opõe ao poder estabelecido, visando a realização de uma comunidade que exercesse de forma equitativa a sua razão.

esse confronto, ou luta pela soberania no tempo a acontecer no presente, nos parece indício de forte espírito crítico que resiste contra as violações dos princípios normativos universais (contra o uso da coexistência em liberdade e com igualdade no que a aplicação de uma lei equitativa diz respeito) de práticas passíveis de virem a ser instaurados por regimes autoritários ou totalitários, já nas sociedades democráticas nos parece surgir muitas vezes como atropelo de tarefas e perda de efectiva representatividade nos papéis a assumir por cada uma das esferas.

A opinião pública, na pessoa dos seus líderes, surge como entidade que precipitadamente não deixa o tempo⁶ do discurso político correr até transformar a ideologia em acção. Não deixa que os programas e os indivíduos ganhem maturidade temporal. E pensamos que essa fuga para a frente, esse tempo de imponderabilidade das opiniões se deve à interiorização da dinâmica temporal própria do sistema mediático, que está vocacionado para dar a ver e a ouvir, ou a ler, tudo, sobre toda a gente, o mais depressa que se puder (Schelesinger,1977). Os políticos, porque se julgam diariamente confrontados com a necessidade de conquistar a opinião dos públicos a seu favor, cedem a essa dinâmica julgando manipulá-la a seu favor

⁶ Diz-nos Hanna J. Batoréo “Conforme aponta Filmore (*Toward a Theory of Deixis*, 1971), a conceptualização do Tempo em Função do Movimento, ou seja a sua Localização Dinâmica, constitui o seu traço central. A metáfora utilizada é, no fundo, ambivalente: pode conceber-se o mundo como estando em movimento em relação à dimensão estática do tempo ou, pelo contrário, apreender o Tempo como passando dinamicamente em relação ao mundo estático “, in *Saberes no Tempo*, ed. Colibri, Lisboa, 2002:104)

através da propaganda⁷. Quando a contestação aumenta reforçam a propaganda coadjuvada com pressões explícitas ao nível da selecção, regulação dos meios de comunicação através dos mecanismos coercivos que conseguirem fazer passar⁸, criando governos democraticamente fracos que buscam de forma prepotente a imposição do seu ponto de vista. Que esse confronto reverta a favor de um efectivo reforço dos poderes da opinião pública ou que seja um sinal de que o uso público da razão por parte dos cidadãos é uma realidade incontornável do nosso quadro político, são duas outras questões diferentes que para já não desenvolveremos.

Se a emergência da opinião pública na sociedade do século XVIII reflecte a ambição por parte de um grupo de público político de conseguir de alguma forma contribuir na caracterização do que entende por acção política, num tempo em que o discurso era considerado um meio para desmistificar as crenças legitimadoras das acções dos políticos seus coevos, de exercer, enfim, influência nas altas esferas do poder, numa procura crescente de emancipação dos governados relativamente aos seus dirigentes (ao instituir uma nova forma

⁷ Por propaganda aceitamos a definição de Giacomo Sani: «(...)difusão deliberada e sistemática de mensagens destinadas a um determinado auditório e visando criar uma imagem positiva ou negativa de determinados fenómenos (pessoas, movimentos, acontecimentos, instituições, etc.) e a estimular determinados comportamentos.», in Bobbio, N. *et al* (1983), Dicionário de Política, (2004:1018).

⁸ Veja-se o caso do ressurgimento da questão do “crime da blasfémia” que em alguns países europeus surge como uma panaceia para acalmar as comunidades islâmicas sendo que há anos que esse quadro legal fora questionado nos países onde se quer que impere o respeito pelas crenças contrárias às da maioria, mas também pela liberdade de opinião que já tem moldura penal suficiente no caso de se incorrer numa falta grave contra outrem no abuso deste direito.

de racionalização no conjunto de trocas sociais, que passava pela imposição de limites ao poder do governo, e pela liberdade de pensar em relação aos ditames da religião)⁹, hoje, e após os estudos conduzidos por autores como Horkheimer, Adorno ou Marcuse, entre outros, ela é duplamente entendida. Por um lado há todo um conjunto de autores no campo da Sociologia Política e no da Filosofia que entendem que a esfera da opinião pública não reflecte senão uma das variáveis psico-sociais susceptível de ser manipulada mediante uma mediatização excessiva da mensagem política propagandeada, por outro lado, há filósofos como Habermas, Popper ou Rawls, entre outros, que preferem acentuar o papel positivo da opinião pública como esfera catalizadora da actividade do público.

A emergência da figura do líder de opinião foi entendida no séc. XVIII como a de um indivíduo que consubstancia numa só pessoa o poder da palavra de muitos. Substituto discursivo dessas duas até então únicas dimensionalidades explicativas do real: a igreja e o Estado. Será no livre exercício das suas faculdades racionais, exercendo o poder de falar em nome dos seus pares, ou de lhes explicar como entende o que está a acontecer, que ele filtra a informação que provém das instituições políticas e sociais. Homem comum que faz uso das suas faculdades naturais, julga-se então sujeito capaz de fazer uso no seu discurso de princípios que se querem legitimados pela razão, porfiando pelas ideias políticas de liberdade de

⁹ Leia-se Kant, *O que é o iluminismo?* ou Stuart Mill, *On Liberty*.

opinião e liberdade de expressão de opinião. Um líder de opinião é portanto um indivíduo com influência.

Retoma-se, alargado o universo social dos indivíduos que passam a poder participar na orientação dos negócios públicos, o discurso público na sua função política tal como os gregos o tinham começado a entender. No século XVIII o discurso público vê-se como proponente de novos modelos de governo dos povos, através da força de uma nova ideologia, a da autonomia dos indivíduos relativamente ao Estado, e na defesa da assumpção universal do direito à livre expressão. A opinião comum publicitada na conquista de um espaço público de maior visibilidade para manifestar as suas ideias alarga-se, já que o círculo onde se fazia uso da palavra crítica se amplia do salão ou do café até à associação sindical e partidária, passando pelo jornal.

Previsivelmente, na contemporaneidade, este confronto ideológico que estrutura as relações entre as diferentes esferas da acção pública escolheu para campo de batalha os meios de comunicação de massas que topografam quase em exclusivo o nosso espaço público.

Lazarsfeld, Barelson e Gaudet¹⁰, nos anos 40 e no contexto dos estudos sobre os meios de comunicação de massas, avançaram com estudos que procuraram definir esse tipo de influência,

¹⁰ Ler Lazerfeld, Berelson e Gaudet (1948), *The People`s Choise*, Columbia Univ. Press, Nova Iorque. Livro onde se apresentam os resultados acerca do estudo que pretendia mostrar qual o impacto dos media como factor de influência no comportamento político no contexto de uma tomada de decisão de voto no decurso da campanha eleitoral. No caso a campanha para as presidenciais de 1944 nos E.U.A.

caracterizando os líderes de opinião como indivíduos que possuíam a capacidade de influir nos seus pares uma reacção mais efectiva ao seu discurso, do que o conseguiam fazer as mensagens propaladas pelos meios de comunicação de massas. Isto é, através da teoria do “modelo de comunicação a dois níveis” (*two-step flow of communication theory*) em primeiro lugar e mais tarde com a “teoria da comunicação a vários níveis” (*multi-step flow*) Lazarsfeld *et tal* desmistificaram a ideia de que os media, pela capacidade técnica que lhes permite serem percebidos por um conjunto alargado de indivíduos, constituíam meios poderosíssimos no que se refere ao domínio determinante e massivo de indução de uma precisa mudança comportamental. Recolocaram na comunicação pessoal, no contacto face a face, o valor mais alto no que dirá respeito à adesão à mensagem por parte dos ouvintes. Na comunicação política, os líderes demonstram a capacidade que têm de filtrar as informações/ideias provenientes dos *media* e de as fazer passar com sucesso a grupos da população em encontros casuais, ou que se estabelecem numa rede de cumplicidades intelectuais em que os vários líderes se observam e se acompanham entre si, comentando-se e alargando o conjunto daqueles que medeiam entre os políticos e os cidadãos (veja-se o caso dos “blogues” onde os comentadores se vão referenciando, assinalando as suas leituras com os respectivas ligações aos textos originais, por exemplo). É interessante perceber, no contexto do estudo, como as conversações que são iniciadas casualmente sem o fito explícito por parte do orador

em convencer o seu interlocutor de algo, são mais susceptíveis de provocar uma mudança comportamental, já que ele é visto como uma fonte credível que aparenta nada ter a ganhar com a discussão, sendo que o interlocutor se apresenta com menos reservas mentais às teses enunciadas (Hovland *et al*, 1953).

A questão é que o estudo clássico em liderança de opinião identifica os líderes como um conjunto de pessoas que estaria disperso pela comunidade, distribuído por todos os níveis sociais, sendo pelo contacto interpessoal que se revelaria a sua autoridade, porquanto eram sujeitos exímios na acção de antecipar, relativamente à maioria, a compreensão dos eventos, ajuizando, escolhendo e assumindo a orientação das escolhas numa determinada direcção que ajudam posteriormente a difundir. Todavia, se esse estudo reforçava a tese de que na sociedade civil existiam naturalmente um conjunto alargado de cidadãos que exerciam pelo seu comportamento altamente gregário, em associações ou em grupos estabelecidos sociais primários (família, amigos, colegas de trabalho, etc.), um papel como líderes de opinião (revelando mestria para orientar os seus pares em assuntos de interesse comum em conversas informais e esclarecedoras acerca da realidade política experimentada), a verdade é que investigações recentes defendem que mesmo na comunicação interpessoal os líderes de opinião se restringem cada vez mais ao grupo dos especialistas, dos que em cada área se circunscrevem à esfera de elites académicas, artísticas, profissionais e que têm mais competência sócio-linguística. São eles que tomam a palavra,

que argumentam entre si, sendo aceites pela comunidade, pelos políticos e pelos jornalistas como fontes de informação e sujeitos capazes de controlarem o fluxo de informação, seleccionando-a e orientando-a especificamente para os indivíduos queensem ser parte interessada ou que os tenham solicitado requerendo esclarecimentos (Weinemann, 1994).

Os indivíduos influentes acabam por ser convidados a manifestarem-se num outro modelo de relação social, mediatizado pela técnica, já que frequentemente são chamados a comentar os acontecimentos políticos nos espaços de opinião que os meios de comunicação dispõem. Tal facto não os faz perder as qualidades que caracterizam os líderes de opinião na sociedade, a saber, a habilidade de influenciar o comportamento de outrem através do modo como selecciona e apresenta temas para posterior reflexão e orientação dos consumidores através do ininterrupto fluxo de informação, mesmo se essa mediação se faz na ausência de um contacto directo com o seu auditório¹¹. Estes líderes possuem algumas

¹¹ Ainda que a facilidade verbal e gestual, a imagem de simpatia e de empatia que alguns conseguem fazer passar lhes empreste esse ar de família com que somos levados a reconhecer a sua presença nas nossas vidas de consumidores de informação. Veja-se como, por exemplo, Marcelo Rebelo de Sousa conseguiu, nos dois anos em que fez comentário político na TVI, uma adesão social bastante grande num espectro alargado da representação social dos indivíduos, mesmo os que dificilmente se interessariam por questões políticas, como o comprovavam as audiências ao seu espaço no programa informativo, e as manifestações de reconhecimento e de proximidade de desconhecidos para com ele, conforme foi frequentemente dito pelo próprio e nós podíamos observar quando ele era objecto das notícias, em cerimónias oficiais ou encontros de índole social onde se encontrava presente. Embora se encontrasse na vantagem de ter proferido as suas alocações num programa já por si privilegiado no conjunto dos programas de qualquer canal, como é o dos espaços noticiosos, pois a estratégia anunciativa de qualquer telejornal passa por assumir inequivocamente que ali se veiculam informações que se devem crer fidedignas e credíveis à partida. Ler Duarte Rodrigues, A., 1993.

características comuns, ainda que Katz e Lazarsfeld (1955) não lhes atribuam um destaque significativo, a saber: a) são indivíduos que possuem um extenso conhecimento e/ou cuidada atenção pelos assuntos da sua área de interesse; b) são mais activos na recolha e armazenamento de informação exterior à que é estritamente veiculada no seu círculo de relações; c) é-lhes dedicado um forte reconhecimento social; d) é-lhes reconhecida credibilidade; e) são gregários; f) são de fácil contacto social.

O modelo de “comunicação a vários níveis” ao acentuar a relevância da influência pessoal no processo específico de determinar uma orientação de voto, por exemplo, deixa por pensar dois problemas: 1. A manutenção de uma pressão do poder político sobre os líderes de opinião sempre que estes constituem uma ameaça à mensagem que aqueles querem fazer passar; 2. E o papel amplificado que as posições dos líderes de opinião têm quando deixam o espaço delimitado do contacto interpessoal e se estabelecem nos próprios meios de comunicação disponíveis para fazerem circular a sua mensagem.

Nos nossos dias podemos constatar que há a multiplicação da presença de figuras que ocupam um espaço considerável nos meios noticiosos com as suas opiniões, comentários políticos, acabando por virem a servir-se dos mesmos meios dos quais recolhem grande parte da informação que depois usam como ponto de partida dos seus escrutínios. Sendo uma tarefa aparentemente mais fácil a que consiste em identificar na rede

social a pirâmide constituída pelos líderes de opinião política que têm uma visibilidade mediática, acabamos por os preferir nesta análise. Será que com isto estamos a reforçar a tese da presença nos meios de comunicação de massa do espírito crítico e do engenho dos indivíduos mais empenhados em orientarem cognitivamente os seus concidadãos na interpretação da realidade pública? Ou é um vício de raciocínio que nos faz pensar que é possível admitir que a qualidade que faz de um líder na comunidade um ser de recursos sociais e linguísticos, é comparável com a aparente passividade social de um líder mediático? O talento que um líder de opinião tem em estabelecer o maior número de contactos pessoais numa comunidade é reorientado sob que forma no líder mediático? E será que não se estará a sobrevalorizar o papel deste, quando os estudos de campo mostraram que é na recomendação/explicação directa, no boca-a-boca, que se estabelecem as maiores percentagens de influência nas decisões, e que estas ocorrem de forma localizada e no quadro de relações de um pequeno grupo?

Os métodos sócio-métricos e outros que são utilizados na identificação dos líderes de opinião ou pessoas influentes na população em geral são mais bem sucedidos quando nos circunscrevemos ao grupo dos líderes de opinião da esfera mediática. Neste campo, a vontade expressa de um grupo através da adesão que faz às suas teses e que pode ser medida através de sondagens de opinião, pela estatística relativa ao número de referências que a ele são feitas nos discursos dos

seus pares, a intensidade e a quantidade de reacções/respostas que tem das suas intervenções, dão-nos uma ideia aproximada do seu real poder de intervenção e de influência sobre os comportamentos de outros. O seu poder acentua-se também pela medição do tempo da sua exposição mediática, da sua permanência visível, e de essa servir como contraponto imediato à mensagem do poder político, impedindo a monopolização do discurso acerca dos acontecimentos. Sendo que ele pode influir na mudança de comportamentos, será junto dos detentores do poder que essa influência mais se fará temer, e serão aqueles que mais o vigiarão, por força dos efeitos que estes julgam que esse discurso terá na orientação de voto dos governados.

Os governantes são reféns da sua ignorância relativamente à real influência dos líderes de opinião na opinião pública, e os seus conhecimentos acerca da teoria social dos comportamentos ou do modelo de Planeamento de Agenda (Agenda-setting”), (McCombs e Shaw, 1972) parece firmar-se no pressuposto de que um discurso político tem que remeter necessariamente para um qualquer tipo de estratégia persuasiva¹² que insistentemente imponha a sua visão do real. Essa deformação na análise do real poder da comunicação leva-os muitas das vezes a entenderem os líderes de opinião, se estes forem opositores das suas práticas e decisões, como propagandistas que de forma deliberada deformam a realidade

¹² Sendo que por esta se entende o acto de fazer com que alguém, através da comunicação, altere um seu comportamento, crença ou atitude

política tal como eles a querem dizer, o que os leva a praticar as acções que julgam mais próprias para vencer essa guerra: contratando agências de imagem para lhes assessorar o seu percurso no âmbito da acção comunicacional sendo concomitante que lhes sobre ainda vontade de restringir a livre circulação de informação e a livre expressão de opinião, por crerem ser legítimo a defesa dos interesses do Estado contra os interesses pessoais de um indivíduo ou de um grupo. Veja-se como em Portugal os diferentes governos têm tendência para mexerem sistematicamente na Lei da Comunicação Social, fazendo aparecer sucessivos diplomas em cada novo ciclo governativo¹³, ou de fazerem valer os seus interesses junto dos meios de comunicação estatais fazendo nomeações políticas para os cargos de administradores e pressionando nas escolhas dos directores de informação.

O líder de opinião mediático, mais do que um representante da voz pública, continua, como se fora um líder local, a ser o intérprete da voz do poder público junto dos que seleccionam o meio que ele escolheu para se manifestar, para se manterem situados relativamente à informação sobre os acontecimentos. Ele quer-se o interlocutor por excelência com o poder político, porque dele se diz que tem influência. A influência residual de quem é escutado ou lido pelos seus pares e pelos seus concidadãos. O poder político tem que dedicar-lhe atenção na exacta medida do que julga ser a sua influência, seja esta

¹³ Ler Carvalho de Sá, Domingos S., *Leis da Comunicação Social*, Almedina, Coimbra, 2002.

parametrizada pelo número dos que constituem o seu auditório e que podem reagir às suas propostas modificando no futuro a sua orientação de voto, quer pelo prestígio pessoal, académico ou profissional que o faz senhor capaz de alterar disposições, orientando reacções sociais que podem ser civicamente perturbadoras da ordem estabelecida. Como Fagen (1966) explicou, os líderes de opinião constituem o canal por excepção através do qual se transmitem mensagens dos governado aos membros do sistema político, nesse fluxo de comunicação que se estabelece de forma vertical ascendente (depois de estabelecida a rede de comunicação na horizontalidade) pelo líder de opinião e pelo meio técnico de comunicação social. Subversão do procedimento de um líder, ou exponencial da representação das qualidades do mesmo que as vê potenciadas pelo efeito multiplicador dos que têm acesso aos meios de maior divulgação? E qual a influência que sobre ele tem a própria agenda dos media, não sendo o caso de o seu papel coincidir com o facto de ser dono, director, editor ou chefe de redacção de um meio de comunicação?

Um líder de opinião identifica problemas sociais mas como não é um político (ou sendo-o, raramente exerce funções executivas ou legislativas¹⁴), não os pode solucionar. Ele não governa, podendo embora influenciar esse governo. A sua posição é de constatar o erro, ou a falsidade, nas medidas anunciadas e

¹⁴ Vimos como o grau de credibilidade cresce em relação directa com a imagem que o orador dele tem de ser um indivíduo imparcial relativamente ao tema sobre que disserta.

naquelas efectivamente concretizadas para a resolução dos problemas, não tem a função de seleccionar meios que potenciem uma resolução para o conflito surgido. Aí reside a sua força, ele pode analisar e vigiar a forma como os poderes institucionalizados procedem, no quadro dos princípios constitucionais democráticos, de uma forma que julgamos distanciada e não comprometida aos seus interesses pessoais ou de grupo, mas não é o actor que actualiza esse procedimento. A sua fragilidade reside no facto de ser uma pessoa ineficaz no que toca a decidir e fazer escolhas positivas relativamente aos assuntos de ordem pública, e de muitas vezes se iludir a esse respeito, procurando projectar-se no tempo dos que têm o poder de governar sem que possua legitimidade para o exercício dessa função.

Não podemos deixar de nos interrogar também acerca dos critérios de selecção que o comentador utiliza para seleccionar os temas a que dá destaque. Onde vai o comentador buscar os argumentos que fundamentam a sua decisão? Na Agenda imposta pelos media noticiosos? Na sua experiência directa das situações que analisa? Nas suas leituras? Nas conversas que estabelece com o seu círculo de familiares, amigos e conhecidos?

Se quer o poder político quer o poder ideológico dos líderes de opinião¹⁵ conseguissem separar as suas actuações no que a uma

¹⁵ De todos os que conseguem agir alterando o comportamento de alguém, no caso através da sua capacidade de formar opiniões que podem influenciar outrem de uma maneira que mais nada ou ninguém teria conseguido da mesma maneira.

intervenção na esfera pública diz respeito, se ambos aceitassem que os suas intervenções discursivas têm tempos distintos, talvez passássemos a ter um sentido de cooperação nos assuntos que interessam comumente a todos, um trabalho mais aprofundado entre as diferentes esferas.

O discurso do líder compromete-o com uma avaliação dos acontecimentos que decorrem no presente. É este o tempo que determina a sua actuação como analista político, quer quanto ao sujeito que referencia, quer quanto ao tempo em que esse sujeito está a actuar (nas entrevistas, declarações, apresentações e debates parlamentares dos políticos). Mas o discurso deliberativo do político, do que governa, sendo um discurso de exortação ou de dissuasão relativamente a aspectos de ordem político-social que podem, ou não, vir a acontecer (Aristóteles, p.p: 58-74), projecta-se para um tempo futuro. Só discursando para esse tempo faz sentido a arte de governar, que é a de actualizar, cumprindo, o discurso. Esta arte cumpre-se no exercício de deliberação acerca dos meios para se alcançar o fim proposto quanto a uma projectada ordem social, em programa de governo sufragado.

Ao género de discurso epidíctico, do que emite opiniões, o que elogia ou censura (Aristóteles, pp. 56-7 e pp.75-80), cabe-lhe avaliar principalmente no tempo presente os acontecimentos, mostrando a qualidade ou o defeito de algo ou de alguém. Só que as consequências dos actos dos políticos estão inscritas num outro tempo, o do futuro, havendo assim um desfazamento no tempo de análise. Isto não implica que se aguarde pelo fim

de uma legislatura para só então se quebrar o silêncio, implica sim uma determinação por parte do líder de opinião em resistir à tentação de precipitar uma análise retórica sobre a sua previsão de consequências futuras da acção política, baseado exclusivamente em pressupostos ideológicos prévios à análise que incide sobre a indicação do tipo de meios que irão ser escolhidos para pôr em prática o seu programa. E o que emite a sua opinião tem que saber fazer uma “apreciação racional das consequências” (Gosselin, 1995) mas sem cair na crença irrealista de que é capaz de prever o conjunto de consequências não previstas e não desejadas sempre que um governante toma uma medida ou anuncia um projecto de lei. Sem esquecer também as próprias consequências não previstas da acção comunicacional do crítico e do oponente (Gosselin, 1995).

Então, se compreenderem que os seus discursos os inscrevem como sujeitos públicos com diferentes atribuições do dos líderes de opinião no que concerne ao tratamento dos assuntos gerais, já que actuam para tempos diferentes, talvez isso faça com que os políticos deixem de se fixar no seu reflexo sem densidade e sem duração que lhe é devolvido pelos media, parando de procurar ilegitimamente fazer coincidir a sua imagem imaginada com a que é representada nos *media*. E se os líderes de opinião mediáticos percebessem a sua excelsa função de observadores atentos e vozes críticas no assinalar de abusos, infracções ou desvios em relação à escolha quotidiana que os políticos têm que fazer para realizarem um projecto de governação que concerne ao bem-público, talvez deixassem de

se fixar na vontade de influenciar directamente o futuro através da imposição da opinião sobre a da escolha deliberada do governante.

Objectar-me-ão que é demasiado perigoso esperar pelo futuro para então depreender qual o tipo de responsabilidade que advém de um projecto político; mas isso só irá potenciar o que procuramos evitar: o estado de irresponsabilidade e de anomia que caracterizam as nossas relações de cidadania em Portugal. O político, sentindo que dele se esperam reacções imediatas às solicitações que surgem constantemente no decurso da sua governação, reage governando à vista dos media, que ele sabe ser os que têm a soberania na descrição do presente. Sabe-se que os políticos actuam em primeiro lugar para os comentadores políticos (Champagne, 1990), o que os impele a acelerar o seu tempo de deliberação, já que os comentadores precisam de matéria para analisar e eles próprios estão sujeitos a uma velocidade de circulação que é a do tempo próprio dos meios onde comunicam (Schelesinger,1977). Mantendo-se quase em permanência com um discurso de campanha eleitoral, os políticos são apanhados por esse tempo de campanha mesmo quando em exercício de funções, ora esse tempo é o da circulação e difusão dos media que, pela sua natureza dependente do tempo da descrição do acontecimento, os faz prisioneiros do presente.

A actuação política deve ser perspectivada no contexto dos três vectores tempo que permitem depois construir uma noção de intemporalidade que, julgamos, destaca os acontecimentos e

lhes dá um sentido de duração diferente daquele que as notícias privilegiam, já que como Schelesinger escreve “da forma como(elas) são concebidas actualmente, tendem a acabar com a consciência histórica.”¹⁶. É essa atitude em relação ao tempo que torna todos os intervenientes no processo comunicacional, fontes, jornalistas, comentadores, políticos e leitores, submetidos à lógica do “imediatismo”. E se bem que essa atitude por si não nos permita concluir que haja uma relação de causa-efeito na qualidade da nossa consciência histórica, como sublinha Shelensiger em texto supra-citado, permite-nos no entanto afirmar que a superficialidade das explicações, a simplificação linguística e temática das mensagens, a rapidez com que é preciso preencher o tempo vazio num espaço noticioso, a ausência de arquivos com informações detalhadas acerca das figuras e dos acontecimentos, são factores que impedem que o tempo longo de uma investigação se realize, que a compreensão das ocorrências respeite a sua cadência própria (procurando-se a sua relação com as forças que os potenciaram e que estão consignadas a um tempo passado que, de forma mais crível, poderão ajudar a contextualizar as observações do presente referenciando as previsões sobre o futuro).

Ao contrário de Lyotard (1990) não cremos que a inumanidade do tempo potenciado pelos meios tecnológicos seja transcendente ao uso que fazemos desses mesmos meios. È na

¹⁶ Schelesinger, 1977, p. 177.

produção e no comentário de notícias que se deve introduzir a questão de ponderação sobre a atitude dessas actividades profissionais. É responsabilidade directa de quem controla os princípios normativos dos meios de comunicação social, sem que o sistema perda funcionalidade, assegurar os meios necessários para garantir o tempo e o espaço de reflexão que permitirá a compreensão dos confrontos ideológicos e cognitivos que acontecem, sem que se imponha abusivamente a ideia de que basta um discurso vencer no presente a guerra da ideologia que isso fará com que se imponha a sua descrição da realidade e que sairá vencedor no futuro.

2. Como é que os políticos percebem, na teoria e na prática, a intervenção de um grupo crítico?

Os líderes políticos, ou os seus assessores de comunicação, acabam por nas suas leituras acerca das Teorias da Investigação em Comunicação de Massas (Mass Communication Research) confundir comunicação política com comunicação empresarial (Sfez, 1988), e de, apesar de não encontrarem literatura que sustente essa ideia, manterem a posição de que a comunicação política, e os custos que toda esta estrutura implica, têm resultados imediatamente concretizáveis e verificáveis em termos de eficácia garantida nos resultados finais das eleições (Katz, e Lazaresfeld, 1995). Julgam que se fizerem com que a agenda dos media coincida com a sua, passam a poder comunicar de forma mais eficaz com os seus governados, não havendo ruído (leiam-se vozes

discordantes ou indiferentes) que interfiram no processo (Traquina, 1995), e que o conteúdo é irrelevante na legitimação de um discurso porque esta é substituída pela ideia de que o suporte onde essa mensagem é difundida garante a sua recepção/aceitação geral (Teoria hipodérmica). Há muita confusão a este respeito, e seria de esperar que os especialistas na área das ciências da comunicação viessem mostrar à sociedade que mais do que os eleitores estarem fascinados com a “magia da comunicação” são os eleitos aqueles que se deixam prender por esse fascínio (Rangeon, 1991), com o conseqüente desnorte em termos da utilização dos recursos financeiros disponíveis nos partidos ou nas instituições pelo recurso à publicidade massiva, justificada pela ideia simplista de que publicitar mais é convencer mais extensivamente. Os efeitos, aqui há uma relação causa-efeito mais evidente, são de todos conhecidos, os valores de mercado entram na esfera da política, apresentando-se como um factor extra condicionador da autonomia dessa esfera. O candidato ou o partido que mais recursos económicos e materiais possuir, julga difundir mais eficazmente a sua mensagem, o que pode provocar, entre outros aspectos, uma monopolização da comunicação (em Portugal procura-se salvaguardar a equidade na participação mediática dos partidos, não havendo publicidade eleitoral paga na televisão, por exemplo).

Por princípio nenhum político em países democráticos reconhecerá publicamente que não há uma igual legitimidade na livre expressão do discurso político e nas dos discursos da

opinião pública e nos da informação. Se tiver uma sólida formação cívica nos valores democráticos, compreenderá que desta relação de forças decorre o tipo de confrontos necessários que asseguram a autonomia de cada uma das actividades e a manutenção do sistema democrático, sendo que por democracia aceito a sintética definição de Keane¹⁷ “ (...) o poder de públicos que fazem juízos em público”.¹⁸ Mas a sobrevalorização de um dos domínios da enunciação dos juízos em público na sua relação com os outros, conduz, ou ao **autoritarismo de Estado**, se a relação com os *media* for a do controlo sobre os recursos materiais, humanos e estatutários dos meios de difusão, ou ao **autoritarismo da ideologia** sobre o da acção política, se os *media* adoptarem a atitude, e os líderes de opinião a assumirem nas suas intervenções, que assumem o controlo da regulação dos assuntos públicos, ou do **autoritarismo da opinião pública** se se entender que governar é fazê-lo de acordo com a apreciação que a cada momento se faz da realidade, na rejeição pelo princípio da autoridade e dos procedimentos institucionalizados do Estado democrático. Procedimentos que radicam na natureza de um poder que se manifesta na soberania do tempo futuro, e de cuja acção há que tirar ilações e reclamar responsabilidade ética e civil. Mas há

¹⁷ Keane, (1991:)

¹⁸ V. Lemieux (1995) cita Schattschneider para nos dar uma definição mais aprofundada de democracia afirmando que “existe democracia num sistema político organizações dirigidas por líderes que estão em competição entre si e são responsáveis perante o público, politizam divisões e dão publicidade aos problemas e soluções relacionados com essas divisões, a fim de impulsionar a participação de públicos nas decisões que lhes diz respeito.” (1998:105)

que esperar que esse futuro se torne passado, para que não se dissipe e confunda a identidade ideológica e de acção de cada partido, associação ou actor político, na vozearia provocada pelos discursos pouco perspectivados e pouco imparciais do presente.

Partindo da ideia de que há uma ética da responsabilidade do orador (Aristóteles) mas também de que o discurso não é neutro (Platão), é com H. Mead e J. Habermas que defendemos que o estudo da comunicação e da política pode ser feito à luz de um modelo de acção e de racionalidade assente no pressuposto que decorre do entendimento de uma actividade comunicacional como estando orientada para a compreensão, em que o *ethos* do indivíduo é ponderável nas manifestações discursivas que adopta. Assim, ao líder de opinião pede-se que use a sua capacidade cognitiva e linguística que o torna pioneiro na identificação, interpretação e divulgação dos temas mais interessantes e dos problemas que mais afectam a colectividade, e esperar que eles contribuam para, como nos diz Habermas, que o político perceba a opinião pública como legítima interlocutora na medida em que «(...) o espaço público deve (...) reforçar a pressão que exercem os próprios problemas, dito de outro modo, perceber e identificar não somente os problemas mas formular ainda os problemas de forma convincente e influente, apoiar com contribuições e dramatizá-los de forma a que eles posam ser retomados e acatados pelo conjunto dos organismos parlamentares.»

(Habermas, 1992).¹⁹ Mas é nas instituições parlamentares que se governa, e a opinião pública só governará também se for ouvida junto dessa instituição, sujeita à fiscalidade constitucional e independente de uma ordem popular sem regras procedimentais democráticas.

Lemieux (1995) contribui para esclarecer o tipo de poder que efectivamente é verificado na relação entre partidos políticos e media e conclui que entendendo-se por poder o tipo de controlo que um actor exerce sobre as decisões relativamente aos seus recursos, ou os recursos de um outro, não se pode dizer que haja uma vantagem nítida de uma actividade sobre a outra, pois o seu estudo indica que há forte possibilidade de os partidos controlarem os recursos normativos dos media mas destes terem um maior controlo sobre os recursos humanos e estatutários dos partidos.

3. Qual a reacção ao fenómeno do poder ideológico por parte do poder político?

A conquista da orientação de voto, da conquista da vontade da opinião pública é uma aspiração legítima pelos candidatos e pelos partidos que se apresentam a eleições. Em democracia este procedimento decorre do funcionamento normal do regime de governo de massas assente na ideia de representatividade popular, daí que eles utilizem variados meios para se apresentarem aos seus cidadãos como os mais capazes de

¹⁹ Habermas, J. (1992), trad. Francesa de 1997:386.

solucionarem os problemas sociais decorrentes da vida em conjunto, mas caber-lhes-á ouvir (ou serem obrigados a ouvir) as posições dos que se lhes opõem, no respeito pelos limites do seu poder que deve estar enquadrado no conjunto de garantias institucionais que a Constituição, em primeiro lugar, oferece antes de mais (pese embora estas sejam necessárias, não são suficientes para assegurar a vitalidade de uma opinião pública (Habermas, 1992).²⁰

Vivendo até hoje sob o paradigma do conflito, a relação entre o poder político e a opinião pública contrária ou reticente relativamente à orientação preconizada por aquele, pode ser lida, em Portugal, com ironia. Graça Franco (1993:6) diz-nos que nem mesmo a Revolução de 74 propiciou o caldo cultural necessário para que ao invés de se ter feito uma Lei da Imprensa, mesmo que de Liberdade de Imprensa fosse ela, se aceitasse que era suficiente para regulação da actividade a aplicação da lei civil aos jornalistas. Não se tendo conseguido essa autonomia em relação à tentação do Estado em controlar a realidade da livre expressão, ela conclui: “Uma lei que, como sempre, logo que a prática se tornou crescentemente mais incómoda alguns pretendem mudar. Nada de novo se olharmos a história”.²¹ È o tipo de manipulação indirecta que ocorre

²⁰ *Ibidem*, pp. 386-414.

²¹ E nada de novo se olharmos os acontecimentos que envolveram recentemente as figuras dos ministros Gomes da Silva e Morais Sarmiento do XVI Governo Constitucional, no diferendo que, sobretudo, opôs o primeiro e o líder de opinião Marcelo Rebelo de Sousa, quando aquele político questionou de forma crítica a legitimidade das intervenções e do aparecimento do comentador no Jornal de Domingo da TVI.

também quando os meios de comunicação pertencem a grupos privados, já que estes procurarão fazer capitalizar os seus meios em detrimento da qualidade dos conteúdos (Mueller, 1973).

Mas se é previsível o estado de conflito que caracteriza, desde a origem do conceito “opinião pública”, o confronto dos diferentes poderes que procuravam espaço de publicitação e buscavam a sua autonomia, e se é conjecturável que esse espaço se materialize nos meios que estão preparados para publicitar esse conflito, já não é admissível que aceitemos que esse estado de conflito assumido como de guerra ideológica, e que caracteriza a interacção social e política, possa aceitar-se como uma característica inquestionável da realidade política. Não há uma legitimidade a-histórica para essa realidade. A descrição de um estado de coisas não legitima esse estado de coisas. Não as autoriza.

A guerra ideológica que se trava desde a modernidade, desde que se procurou novamente fazer dos princípios de direito da razão natural a lei do governo público dos povos, é travada por todos os que assumem para si o exercício de publicitarem a sua opinião crítica e que têm nos líderes de opinião os representantes dessa arte, que é a da guerra pela conquista do tempo futuro, quer pelos que governam quer pelos governados, pelos que julgam que se pode partir do condicionamento dos acontecimentos do presente, de forma a melhor garantirem a previsão do que será o futuro social. É certo que é no momento presente que podemos cotejar as nossas perspectivas com a

realidade, é neste modo de tempo que nos inscrevemos fisicamente, mas o tempo do discurso político remete para um tempo de maior duração do que o que assenta na opinião. Os acontecimentos não são manifestações extemporâneas ou realidades mais ou menos despiciendas, se comparados com a letra ou o espírito de um projecto político cuja fórmula todos julgam possuir e que crêem que potenciará uma sociedade melhor, mas também não são, numa democracia representativa e constitucional, fórmulas privilegiadas de orientarem o governo.

Por um lado temos uma opinião pública cuja genealogia remete para o desenvolvimento e instauração de uma determinada função social que visava criticar o poder político, propondo quadros novos de acção pública, por outro lado temos um poder político que reage desde logo a essa pressão movimentando os mecanismos de coerção que tem em seu poder, visando suprimir a pressão que se começa a fazer sentir sobre a sua forma de existência e de autoridade, utilizando a violência na sua forma de força física ou na sua forma psicológica, instaurando limites à acção pública, sentenciando-lhe suspensão nas suas liberdades de publicitar os seus juízos. À pressão sobre o poder público central, este reage com a violência que lhe é possível no quadro institucional e legal do seu regime, de forma a delimitar os efeitos de uma posição crítica que pudesse provocar alterações na estrutura do poder estabelecido. Cabe à opinião pública e aos seus líderes aperceberem-se quando os regimes estão a procurar modificar

as suas relações institucionais relativamente à liberdade de expressão e circulação, precavendo-se e reagindo contra esse estado de coisas. Sem ilusões, a história ensina-nos que ao lado de cada vontade de emancipação (glosada como uma instauração instantânea e universal) há uma outra de repressão e de controlo. As constituições e as declarações são de direito antes de serem de facto.

Em todas as revoluções, da inglesa à americana, passando pela francesa até à revolução liberal portuguesa, a adequação entre os princípios gerais que norteavam o discurso político e a acção particular dos governos vai uma grande diferença. São frequentes os esforços de condicionar a livre expressão de reprimir a opinião de eliminar a oposição vista como obstáculo para a concretização das medidas de poder.

Em Portugal confunde-se de forma excessiva a mensagem da persuasão com a da informação. Ou se valoriza demais a opinião dos próprios jornalistas acerca das notícias ou estes se escudam em categorias linguísticas que descrevem a realidade de forma estereotipada, pejada de formulações do senso comum que não são fundamentadas ou problematizadas na exacta medida da sua necessidade.²² Não sendo a realidade

²² Será que a descrição de um facto legitima a sua existência? Quando no passado dia 30 de Novembro o nosso Presidente da República anuncia ao primeiro-ministro que pondera convocar eleições antecipadas e dissolver a Assembleia da República, a SIC Notícias no seu programa Edição da Noite reúne oito distintos jornalistas a fim de analisar os acontecimentos. A dado momento, e depois de instado a responder sobre as linhas de orientação em assuntos económicos para a campanha que se avizinha, o director do Jornal de Negócios, Sérgio Figueiredo, afirma que, e passo a citar de memória, logo perdoe-se alguma inexactidão: “Os candidatos irão mentir, é claro. Não há campanha eleitoral nenhuma em que os políticos não mintam, aqui ou na China.” Não tendo havido, por parte dos seus pares,

questionada através de um conjunto de trabalhos de investigação jornalística ou de entrevistas bem preparadas aos actores políticos, fica-se com a noção de que se cuida de fazer o melhor possível quando é possível, recorrendo-se a um número elevado de comentadores que nas diferentes áreas, mas sobretudo na política, surgem para legitimar a ideia da presença de uma expressão pública presente nos *media*, quando muitas das vezes essas figuras estão excessivamente enquadradas nas suas associações políticas dificilmente conseguindo fazer melhor do que agirem de acordo com os interesses do seu grupo. Gurevitch e Blumer, autores que Habermas referencia nas páginas 405-406 do livro supra-citado, contribuíram com uma lista das tarefas que os *media* devia inevitavelmente assegurar nos Estados constitucionais, julgamos que essa enumeração pode bem ser uma adenda ao código de conduta profissional dos jornalistas e comentadores políticos, de forma

nenhuma reacção. Sérgio Figueiredo é reconhecidamente um entendido na sua matéria, ponderado e equilibrado nas suas análises, um irrepreensível profissional, e no entanto anunciava, sem que alguém instasse opor-lhe uma ressalva, ou se dispusesse em contra-argumentar, que o discurso dos candidatos em campanha eleitoral é baseado na mentira e que estes estão sempre preparados para prometer tudo. Que essa seja a percepção do cidadão comum já é factor de incómodo intelectual, mas que seja a de um jornalista que tem por missão identificar, evidenciar e dar a informação ao seu público desse estado de coisas, expondo as situações de mentira e confrontando os candidatos com provas ou argumentos que os obriguem a justificar opções programáticas é deveras um caso mais intrigante. Porque se da constatação de que todos os políticos mentem (por si um sofisma) não resultar nenhuma reacção, passamos a considerar que a descrição de um facto legítima a existência desse facto. Ora sabendo que os políticos actuam em primeiro lugar para os comentadores políticos (Campagne, 1990), pois são estes que interpretam, sintetizam e avaliam as prestações dos políticos em primeiro lugar, dando indicações para os seus leitores e espectadores acerca da relevância dos seus discursos e/ou acções, cabe perguntarmo-nos porque se vê a si mesmo como uma força inoperante, no que a este assunto diz respeito, o jornalismo português?

a que as actividades destes e as dos políticos tornassem complementares na forma de se exercer o poder.

- «1. Observar o meio sócio-político destacando as ocorrências susceptíveis de interferir, positiva ou negativamente, no bem-estar dos cidadãos;**
- 2. Definir as questões significativas do dia-a-dia político, identificar os temas determinantes, tal como as forças que os produziram e que desse modo podem apresentar-se como solução;**
- 3. Estabelecer plataformas que permitam aos homens políticos e aos porta-vozes de outras causas e de outros grupos de interesse defenderem as suas posições de uma forma inteligível e esclarecedora;**
- 4. Permitir o diálogo entre uma diversidade de pontos de vista, tal como entre os detentores do poder (actual e futuro) e públicos de massa;**
- 5. Criar os mecanismos que permitam exigir aos responsáveis que reportem acerca do seu modo de exercer o poder;**
- 6. Incitar os cidadãos a aprenderem a escolher e a estarem comprometidos, ao invés de os deixar só como observadores do processo político;**
- 7. Resistir, em nome de princípios bem definidos, aos esforços exteriores dos *media* que visam subverter a sua independência, a sua integridade e a sua capacidade de servir o público;**

8. Respeitar o público enquanto entidade potencialmente interessada e capaz de compreender o seu meio político.».