

CIARI

Telepolítica

Maria Miguel SOUSA GALITO

Doutoranda em Ciência Política e Relações Internacionais

Telepolítica

Hoje o mundo é global e interdependente. Impera a sociedade da informação e do espectáculo. Porque há quem navegue na Net, veja programas televisivos ou compre jornais. A oferta satisfaz a procura.

Os *media* são fórum pluralista onde o poder económico dita regras. Estas infelizmente podem ferir preocupações deontológicas, fruto do aumento da concorrência e de uma acrescida pressão de mercado

Se o tempo é dinheiro e a vida célere, a adaptação urge.

E quando não há notícias que causem espanto – ou em número suficiente – descobre-se *interesse público* num evento banal, pela técnica *da notícia por detrás da notícia*. *Pseudo-eventos*, cujo sucesso depende da sua cobertura.

Regra geral, o que é transmitido – em Respecial pela televisão – tem impacto na população.

Como o político se deseja popular, tende a ceder, por vezes, à pressão dos jornalistas. Entrando, ele próprio, num ciclo que é vicioso e do qual não sairá tão cedo.

Se os *media* vivem da notícia, o *telepolítico* precisa *ser notícia*. Para não ser esquecido.

Nem todos o fazem. Mas uma vez na roda, pode ainda *reinventar-se*. Trocar o político *real* que é, pelo *virtual* que almeja ser.

Mas os *media* são um pau de dois bicos.

O político pode criar-lhes expectativas para garantir cobertura jornalística. Ou acabar a decidir em praça pública. Tal gera críticas; ainda que o repúdio, se repetido nos *media*, também contribui para o espectáculo.

Os *media* talvez devessem recusar certo tipo de espectáculos mais deprimentes. Mas se o produto vende, dificilmente resistem a transmitir a emissão ou a discutir o tema na rádio e nos jornais.

Portanto, a mediatização da política está na base de transformações estruturais no seu funcionamento.

As notícias sobre política traduzem mais a luta de poder e dos seus bastidores, do que a governação. E os *media*, em parte cúmplices, tornam-se numa *feira de vaidades*. O que

contribui para o descrédito dos políticos. Mas também dos jornalistas.

Os meios de comunicação têm poder para decidir quem tem voz no espaço público.

Tendem a preferir fontes institucionais, por as entenderem credíveis. As que comunicam cada vez mais com os jornalistas de forma organizada, usando especialistas como intermediários.

Porque os governantes estão sempre na mira dos cidadãos, sob pressão dos jornalistas e das sondagens.

O que obriga a tratar com urgência assuntos, actuais, hipotéticos ou prospectivos, que exigiriam mais tempo.

Portanto, o tempo da política não coincide com o tempo dos *media*. Adapta-se.

Ou seja, num mundo em perpetua mudança, os *media* e os políticos têm estreitado relações.

Tanto que o público mal discerne a diferença entre o político que comenta e o comentador político. Se bem que o primeiro não seja neutro, enquanto o segundo deveria sê-lo.

E se a *fuga de informação* era forma ocasional da fonte oficial divulgar dados confidenciais, hoje em dia é quase *institucional*. O que só se mostra possível num clima de confiança entre jornalistas e fontes.

Os *off-record* permitem que o grande público saiba de assuntos que, de outra forma, não saberia – ou tão cedo. São pano de fundo de entrevistas, da especulação dos colunistas.

Até porque o jornalismo político baseia-se mais em conversas informais ou entrevistas, do que o económico ou judicial, que analisa sobretudo documentos.

Entretanto, os *media* parecem competir com o Parlamento, mormente nas funções tribuniária e fiscalizadora dos governos.

Com frequência, o tema do debate parlamentar já foi previamente abordado

pelos media. Pelo que os deputados nem fazem a notícia, *dão-lhe seguimento*.

Quem fica a perder é, obviamente, o Parlamento.

O problema é que, se os seus trabalhos não constam da agenda dos *media*, mal chegarão à população que ignora – por desinteresse ou falta de instrução – as iniciativas do governo.

Uma população que se sente distante do poder, ou mesmo incapaz de lhe influenciar as decisões. Que vai para a praia quando devia votar. E que depois se queixa por os *outros* terem decidido por ela.

Mas a democracia precisa ser participativa.

Para reflectir a vontade dos seus cidadãos.

Uma vontade que se deve formada e informada sobre o que é importante. Para não ser vulnerável ao que dita a agenda dos *media* ou dos políticos.

Os *media* são, então, um *quarto poder*? Para não o serem, não deverão julgar-se alternativa aos poderes legislativo, executivo e judicial. Deverão servi-los, pois é essa a sua obrigação num estado democrático.

Mas enquanto *fórum privilegiado*, poderão contribuir para uma *cidadania esclarecida*. Com coragem, rigor e independência.

Ao dar voz aos cidadãos, os meios de comunicação responsabiliza os políticos perante a opinião pública, obrigando-os a agir. Sem se centrar nas disputas dos políticos. Ao atribuir espaço de debate aos grandes temas. E resistir ao facilitismo de exacerbar lutas de interesses conflituosos, em nome da unidade nacional.

Portanto, deve-se promover uma *cultura de responsabilidade*. Em que os *media* não se desculpem com a mediocridade dos políticos e estes com o sensacionalismo dos *media*. Porque nada adianta. O resultado é um público confuso, que reage em conformidade.

É preciso sentido de dever.

E garantir que a era mediática ajude a aprofundar a democracia participativa e não a criar um governo de plebiscito que mine as formas de democracia representativa.

sousagalito@yahoo.fr

Março de 2004