

José Pedro Arruda

“Eu vi na TV!”

Reflexão sociológica sobre os mecanismos televisivos de produção do “real”

Dissertação de Mestrado em Sociologia, sob orientação do Professor Doutor João Arriscado Nunes e co-orientação do Professor Doutor Luís Quintais, apresentada à Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra

Coimbra, 2011



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Agradecimentos

Neste espaço pretendo deixar o meu agradecimento sincero a todos aqueles que deram a sua contribuição para que esta dissertação fosse realizada.

Em primeiro lugar, quero agradecer aos meus pais todo o apoio e compreensão que me prestaram ao longo dos últimos meses, possibilitando-me as condições necessárias para o desenvolvimento das várias etapas deste longo processo. À minha irmã, cunhado e sobrinha devo também uma grande parte dessas mesmas condições e deixo-lhes também aqui um sentido voto de gratidão.

Aos meus orientadores gostaria de deixar uma palavra de apreço pelas dicas e conselhos que estão na base de toda a formulação teórica e ideológica que aqui desenvolvo. Deixo também aqui um agradecimento especial à Professora Doutora Paula Abreu, por toda a disponibilidade e interesse que generosamente me concedeu, sobretudo em alturas fundamentais neste trajeto. Da mesma forma, quero agradecer à Professora Doutora Sílvia Portugal a preocupação e o companheirismo que sempre demonstrou.

Não posso deixar de agradecer o contínuo apoio emocional, intelectual e psicológico por parte da Mestre Rita Grácio, sem o qual não teria conseguido levar a cabo as muitas horas de análise, visionamento televisivo e tratamento estatístico necessários para a realização desta dissertação. Pelas conversas, camaradagem e trocas de ideias, não posso deixar de agradecer a todos os meus colegas de mestrado, que percorreram este caminho ao meu lado, com particular destaque para o João Aldeia, Sara Portovedo, Fábio Silveira e Joana Alves.

A todos/as os/as outro/as que, por omissão, não foram aqui mencionados/as, mas que tiveram um papel decisivo para o meu percurso académico, profissional e pessoal, quero deixar a garantia de que não foram esquecidos/as. Entre eles/as, contam-se amigos/as, colegas, professores/as e camaradas que partilharam comigo ideias, momentos e experiências de vida memoráveis.

Índice

| | |
|--|----|
| RESUMO | iv |
| ABSTRACT | v |
| INTRODUÇÃO | 1 |
| Capítulo 1: As linhas ideológicas da Modernidade | 2 |
| 1.1 – Origens e fundamentos da Modernidade | 3 |
| 1.2 – A Constituição Moderna..... | 6 |
| 1.3 – A Modernidade na segunda metade do século XX e a crítica pós-moderna | 12 |
| 1.4 – A Televisão: produto e produtor da Modernidade? | 24 |
| Capítulo 2: A televisão enquanto agente social – uma opção metodológica | 27 |
| 2.1 – Como a Televisão “vê” | 29 |
| 2.2 – Como a televisão “fala” | 31 |
| 2.3 – Como a televisão “atua” | 34 |
| Capítulo 3: Análise de conteúdo da televisão pública portuguesa (RTP1 e RTP2)..... | 38 |
| 3.1 – Publicidade | 40 |
| 3.2 – Informação | 47 |
| 3.3 – Entretenimento | 53 |
| 3.4 – Ficção..... | 57 |
| Capítulo 4: A agência social da Televisão enquanto veículo da Modernidade | 62 |
| 4.1 – Ciência e Tecnologia | 63 |
| 4.2 – Democracia e Laicismo | 66 |
| 4.3 – Segurança e Conforto..... | 69 |
| 4.4 – Limitação geográfica e temporal..... | 72 |
| 4.5 – O apogeu do individualismo: o emergir do Herói | 74 |
| Conclusão | 79 |
| Referências Bibliográficas | 81 |
| Anexos..... | 84 |

RESUMO

Nas últimas décadas, a televisão tornou-se o principal veículo de informação sobre o 'mundo real'. A sua capacidade de comunicar simultaneamente com inúmeros indivíduos torna a realidade televisiva amplamente aceita. Porém, a televisão não mostra o mundo 'tal como ele é'; em vez disso, projeta uma certa maneira de entender e representar a realidade. Esta forma de ver o mundo está diretamente relacionada com alguns fundamentos ideológicos da Modernidade, como a crença na ciência e na tecnologia, a defesa dos valores democráticos, a individualização da sociedade e a satisfação dos desejos e das necessidades através do consumo. Desta forma, a televisão suporta e reproduz o modelo ideológico do mundo moderno. Para isso, a televisão recorre frequentemente a discursos de especialistas, que atuam como autoridades do saber, cujas opiniões podem tornar-se vinculativas no que respeita aos públicos leigos. A realidade televisiva é assim categorizada e dividida, não deixando, porém, de obedecer às regras formais e ideológicas gerais da Modernidade.

Palavras-chave:

Televisão; agência; representação; reflexividade; Modernidade; hiper-realidade; tecnociência; democracia; desenvolvimento; categorização; especialização; leigos.

ABSTRACT

In the last decades, television became the main information vehicle about the 'real world'. Its ability of communicating with countless individuals simultaneously makes television's reality widely accepted. However, television doesn't show the world 'as it is'; instead, it projects a certain way of knowing and representing reality. This way of seeing the world is directly related with some ideological foundations of Modernity, as the belief in science and technology, the support of democratic values, the individualization of society and the satisfaction of wills and needs by consumption. This way, television keeps and reproduces the ideological model of the modern world. To do so, television uses frequently expert's speeches, acting as knowledge authorities, whose opinions may become binding for lay people. Television's reality is thus categorized and divided; however, it still obeys to the general formal and ideological Modernity rules.

Keywords:

Television; agency; representation; reflexivity; Modernity; hyperreality; technoscience; democracy; development; categorization; specialization; lay people.

INTRODUÇÃO

Esta dissertação corresponde ao trabalho final do Mestrado em Sociologia da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, que frequentei de 2009 a 2011, ano em que a mesma foi integralmente redigida. Neste estudo, pretendo relacionar um fenómeno empírico, que é a televisão e o seu visionamento, com uma construção teórica e ideológica que é a Modernidade. Os objetivos passam por perceber de que forma a televisão se relaciona com o mundo moderno, se é causa ou efeito do mesmo e que atitudes assume face a ele; discutir os diferentes significados da Modernidade, procurando uma definição sustentável para este conceito; demonstrar como o discurso televisivo serve para legitimar certas crenças e práticas associadas aos conceitos *ciência*, *democracia*, *tecnologia* e *desenvolvimento*; e, ainda, caracterizar a agência social da televisão, atendendo às suas especificidades enquanto hiper-comunicador e focando a relação que esta estabelece com os seus interlocutores. Para esse fim, procedi a um trabalho empírico de análise comparativa aos conteúdos programáticos de dois canais públicos portugueses, ambos pertencentes à Rádio Televisão Portuguesa (RTPI e RTP2). Os resultados totais desta análise serão apresentados em anexos, enquanto os dados mais significativos serão discutidos no corpo do texto.

Esta dissertação divide-se em três partes distintas. Na primeira, fundamentalmente teórica, pretendo discutir os fundamentos teóricos da Modernidade e a sua evolução ao longo do tempo, desde o período do Iluminismo até às décadas mais recentes, marcadas pela crítica pós-moderna. Embora a Modernidade possa ter inúmeras definições e possa ser olhada por diferentes prismas, procuro aqui identificar alguns princípios ideológicos basilares que permitam definir em linhas gerais o que é o mundo moderno. A segunda parte é dedicada à análise empírica da televisão enquanto agente social. Numa primeira fase, procuro caracterizar genericamente a forma como a televisão interage socialmente e que tipo de comunicação estabelece; posteriormente, concentro-me de uma forma mais aprofundada e minuciosa nos conteúdos televisivos, procurando definir categorias de programas e caracterizá-las quanto à forma e substância. Na terceira parte, procuro fazer uma síntese entre teoria e prática, tentando descortinar marcas ideológicas da Modernidade nos programas de televisão, o que constitui, afinal, o desafio fundamental desta dissertação.

PARTE I

Capítulo I: As linhas ideológicas da Modernidade

A partir da segunda metade do século XX, multiplicaram-se as vozes e os discursos críticos face à ocidentalização das relações globais, marcadas profundamente pelo fenómeno multifacetado que é conhecido como Modernidade. A Modernidade constitui-se por um projeto, ou, para ser mais correto, por uma série de projetos, que visam institucionalizar vários princípios e formas de olhar o mundo e as relações sociais, nomeadamente: constitucionalismo, democracia, liberdade de mercado, conhecimento científico, separação dos saberes, direitos humanos, consumismo, secularismo, produção industrial, racionalidade e individualismo. Ao discurso moderno pertence também a promoção do multiculturalismo, alicerçado numa tolerância com travo a sobrançeria, que acarreta consigo conceitos antagónicos e hierárquicos, como Ocidente/ Oriente, Norte/ Sul, científico/ tradicional, desenvolvido/ subdesenvolvido, conhecimento/ superstição ou humano/ não-humano.

Na verdade, “a Modernidade é uma máquina geradora de alteridades que, em nome da razão e do humanismo, exclui do seu imaginário a hibridez, a multiplicidade, a ambiguidade e a contingência das formas de vida concretas” (Castro-Gómez, 2005: 169). Em busca de uma purificação das verdades que cria, a Modernidade desenvolve uma série de tecnologias (de produção, guerra, viagem, saúde, regulação social, lazer, etc.), que agem independentemente umas das outras, num processo contínuo de especialização de saberes. Este processo de organização racional da vida humana (com recurso e apropriação da vida não-humana) conduz àquilo que Weber chama de “desencantamento” do mundo. A magia, o mito, o sagrado e o divino são excluídos da visão moderna e remetidos para o exterior das suas fronteiras, para o primitivo, o não-moderno, o provinciano, o subdesenvolvido, o Outro.

Esta divisão do mundo forçada pela Modernidade leva a que Boaventura de Sousa Santos considere que “O pensamento moderno ocidental é um pensamento abissal. Consiste num sistema de distinções visíveis e invisíveis, sendo que as invisíveis fundamentam as visíveis. (...) dividem a realidade social em dois universos distintos: o universo “deste lado da linha” e o universo “do outro lado da linha”. A divisão é tal que “o outro lado da linha” desaparece enquanto realidade.” (Santos, 2007: 3).

A veracidade do discurso moderno é legitimada precisamente por esta linha divisória, que separa o real do imaginário, numa hierarquia de cosmovisões. Na verdade, a Modernidade define-se em oposição à sua alteridade e é em função desta, pela sua negação, que os modernos afirmam a sua superioridade epistemológica e purificam os saberes que produzem. O conhecimento produzido fora do pensamento moderno deixa de ser plausível e inteligível e é identificado como pertencente ao domínio da ilusão e da credence popular.

“Do outro lado da linha, não há conhecimento real; existem crenças, opiniões, magia, idolatria, entendimentos intuitivos ou subjetivos, que, na melhor das hipóteses, podem tornar-se objetos ou matéria-prima para a inquirição científica. Assim, a linha visível que separa a ciência dos seus “outros” modernos está assente na linha abissal invisível que separa, de um lado, ciência, filosofia e teologia e, do outro, conhecimentos tornados incomensuráveis e incompreensíveis por não obedecerem, nem aos critérios científicos de verdade, nem aos dos conhecimentos, reconhecidos como alternativos, da filosofia e da teologia.” (*idem*: 5).

I.1 – Origens e fundamentos da Modernidade

A Modernidade é uma consequência da centralidade da Europa na história mundial, fenómeno que se verifica apenas após a expansão marítima, iniciada no século XV. Até então, a Europa ocupava um papel periférico no sistema-mundo, centrado na Ásia e no Norte de África. Segundo Enrique Dussel (2005), a construção ideológica tradicional situa os princípios estruturantes da Europa Moderna no mundo grego clássico e helenístico, traçando uma linha direta entre Mundo Grego – Mundo Romano – Mundo Cristão Medieval – Mundo Europeu Moderno. Esta perspectiva, que confere antiguidade e centralidade à Europa, é, no entanto, falsa ou, pelo menos, errónea. Além de a influência grega não ser direta na Europa latino-ocidental, os próprios gregos não se viam como “europeus”; os territórios situados a Norte da Grécia e no restante continente consideravam-se habitados por povos selvagens e pela “barbárie”. Além disso, esta construção ideológica ignora ou despreza outras marcantes influências que estão na gênese da Europa “moderna”, oriundas dos Povos do Norte, Fenícios, Semitas, Mundo Germano-Latino Ocidental ou Mundo Árabe-Muçulmano.

Porém, é a partir de 1492 que a ideia de “Europa moderna” ganha consistência, fundamentada na primeira grande divisão essencial criada pela Modernidade: a ideia de

que existe um Novo Mundo que foi descoberto pelo Velho Mundo e que está, assim, disponível para ser explorado e dominado pelos europeus. Como é evidente, descobrir um “Mundo Novo” é uma ideia que só faz sentido se construída em oposição a um “Velho Mundo”. Este assentava ainda numa concepção tripartida e hierárquica que dividia a *Orbis Terrarum* em três continentes culturalmente distintos (Mason, 1990). Esta perspectiva era sustentada pela fé religiosa e por fontes bíblicas, que identificavam as três raças humanas existentes no mundo com os descendentes dos três filhos de Noé: Ham, Shen e Japhet. O aparecimento de um novo continente vinha levantar questões que punham em causa uma interpretação geográfica e etnográfica do mundo, que se mantinha estável havia séculos. Era, portanto, um acontecimento que vinha abalar o mais alto poder instituído na época – a Igreja Cristã. A interpretação das terras recém-descobertas como um Novo Mundo acabava por ser uma forma subtil de contornar o dogma da religião, permitindo que se encarasse este novo território como algo distinto e separado do Velho Mundo, algo que nunca dele fez parte, pois era até então desconhecido, e que podia, desta forma, continuar a não fazer, mantendo intactas as velhas estruturas culturais do Velho Mundo.

Havia, no entanto, um problema para resolver, que se prendia com o facto destas novas terras estarem habitadas. Considerar esses habitantes como um “Novo Ser Humano” não era totalmente aceitável, pois isso iria contra a crença religiosa da unidade da espécie humana, descendente de um mesmo antepassado. Cria-se então um novo e ambíguo dualismo na visão da América: era, ao mesmo tempo, um Mundo Novo e distinto, mas fazia parte de uma concepção de “Mundo” forçosamente renovada, em que este significava já todo o globo terrestre e a totalidade da espécie humana. A solução para esta ambiguidade foi identificar o Mundo Novo com o Paraíso primordial, conseguindo-se assim integrá-lo num sistema conceptual já existente na cultura europeia e, simultaneamente, colocar o Novo Ser Humano não como algo exterior à Humanidade, mas como algo que, estando dentro dela, é ao mesmo tempo completamente original. Remete-se assim a Humanidade novamente para a sua génese, oferecendo a oportunidade de se criar um novo Adão e uma nova Eva, uma nova História dentro da História, e um novo Ser Humano dentro da Humanidade.

Obviamente, tudo isto tratava-se de um novo começo não tanto para o Índio, mas para o Europeu, que assim o interpretava, na sua sagrada missão evangelizadora e colonizadora. Era responsabilidade dos europeus, detentores da verdadeira cultura e

da verdadeira civilização do Velho Mundo, guiar o novo Homem, o *selvagem*, ensinando-lhe os caminhos da civilização e de Deus. Partia-se do princípio que o *selvagem*, bom ou mau, puro ou pérfido, virtuoso ou assassino, seria incapaz de atingir a civilização por si mesmo, pelo simples facto de ser *selvagem* – que por si só significa o oposto do civilizado, e já o significava, mesmo antes de os *selvagens* (os índios) serem conhecidos. Com efeito, a imagem que os europeus criaram dos índios começou a ser construída muito antes de os índios serem descobertos e não surgiu do contacto empírico com alguma realidade externa, mas sim através de modelos de alteridade internos à cultura europeia. Foi uma construção *a priori* e fruto do imaginário da época. Assim, muitas das características físicas, morais ou culturais atribuídas aos índios têm a sua génese em certas imagens medievais como, por exemplo, o “Selvagem”, o “Louco” e as “Bruxas”. (cf. Mason, 1990: Cap.2)

O contacto com novas formas de vida humana, totalmente estranhas ao modelo cultural europeu, produziu um duplo efeito: por um lado, na tentativa de tornar inteligíveis as novas realidades com que os europeus se depararam, projetaram-se ideias pré-existentes sobre aquilo que se descobriu. Essas ideias reportavam-se ao Outro interno, àquilo que era visto como indesejável e evitável dentro da cultura europeia. Simultaneamente, esses modelos de comportamento projetados no Outro serviram para que os europeus se redefinissem a si mesmos, criando uma divisão marcada entre *selvagem* e *civilizado*. É a partir de então que a Europa começa a pensar-se em termos de Modernidade, fundando aquilo a que Dussel chama o *Mito da Modernidade* e que assenta nos seguintes princípios:

- A civilização moderna autodescreve-se como mais desenvolvida e superior;
- A superioridade obriga a desenvolver os primitivos e os bárbaros, como exigência moral.
- Se o bárbaro se opõe ao processo civilizador, os modernos devem exercer a violência, se necessário for, para destruir os obstáculos dessa modernização.

- Para o moderno, o bárbaro tem “culpa” (por opor-se ao processo civilizador), o que permite à “Modernidade” apresentar-se não apenas como inocente mas como “emancipadora” dessa “culpa” de suas próprias vítimas.

- Por último, e pelo carácter “civilizatório” da “Modernidade”, interpretam-se como inevitáveis os sofrimentos ou sacrifícios (os custos) da “modernização” dos outros povos “atrasados” (imaturos), das outras raças escravizáveis, do outro sexo por ser frágil, etc. (Dussel, 2005: 60).

A Modernidade foi, afinal, o grande fundamento justificativo do colonialismo. “O colonial constitui o grau zero a partir do qual são construídas as modernas concepções de conhecimento e direito.” (Santos, 2007: 8). A atitude moderna face às suas alteridades está bem vincada desde os seus primórdios. No entanto, os Descobrimentos apenas abriram as portas à Modernidade, não a definiram ideologicamente para além do seu carácter eurocêntrico.

1.2 – A Constituição Moderna

Inúmeras são as teorias e definições possíveis da Modernidade. Neste capítulo, pretendo fazer uma síntese das principais ideias associadas à Modernidade, procurando definir quais são, afinal, as suas linhas orientadoras mais fortes, ou aquilo que Latour (1994) chama *Constituição Moderna*. Há alguns momentos/ acontecimentos históricos que marcaram decisivamente a implementação deste modelo ideológico. A Revolução Francesa, que estipulou e promoveu princípios universalistas de regulação social, baseados na Liberdade, Igualdade e Fraternidade como propósito último de toda a espécie humana, é um desses momentos. Outro é a Revolução Industrial, que instituiu um modo de produção capitalista e a indústria como garantia de desenvolvimento humano. A este respeito, Boaventura de Sousa Santos considera que “O paradigma cultural da Modernidade constituiu-se antes de o modo de produção capitalista se ter tornado dominante e extinguir-se-á antes de este último deixar de ser dominante” (Santos, 1988: 3). Nesta perspectiva, os fenómenos do capitalismo e da Modernidade, estando interligados, são, no entanto, distintos e independentes, já que a Modernidade precede o capitalismo e, profeticamente, a ele sobreviverá.

Intimamente ligada ao emergir da Modernidade está também a corrente ideológica do Iluminismo. A filosofia de Descartes (1596-1650) assinala uma ruptura com a tradicional forma de entender a realidade, sugerindo uma compreensão matemática do Universo, assente na Razão. A grande inovação do pensamento cartesiano é a ideia de que existe uma verdade universal e absoluta, que apenas pelo uso da racionalidade poderá ser apreendida. Descartes promove uma desconfiança em relação aos sentidos e à realidade por estes absorvida, que é tendencialmente ilusória e falsa. Apenas através do método científico e do uso da Razão pode absorver-se a verdade e compreender-se as leis da natureza, fazendo tábua rasa dos conhecimentos e dos poderes instituídos. Immanuel Kant (1724-1804), uma das principais figuras das Luzes,

considera também que a experiência sensível constitui um obstáculo para a Razão Pura, que deveria ser absolutamente universal. A forma de atingir o princípio supremo da moralidade seria, para Kant, a elaboração de uma Filosofia Moral da qual estejam totalmente ausentes os dados da experiência sensível, que devem ser relegados para a Antropologia. Os princípios “puros” não devem assim ser misturados com os empíricos.

Uma das marcas mais vincadas da Modernidade é a ideia de ruptura com o passado e com a ordem pré-existente, dominada pela antiga Nobreza e pelo Clero. O dogma religioso estipulava que o Ser Humano deveria conduzir a sua existência terrena regulado por uma lei divina e transcendental. Esta concepção dependia de uma separação entre corpo e alma, em que a alma pertencia a Deus e o corpo deveria ser controlado e vigiado, pois as suas vontades e desejos constituíam um afastamento do caminho da alma. A moralidade universalista proposta por Kant é fruto de uma concepção racional e essencialmente humana, distante da transcendência divina. “A concepção clássica da Modernidade é, portanto, antes de mais, a construção de uma imagem racionalista do mundo que integra o homem na natureza, o microcosmos no macrocosmos e que rejeita todas as formas de dualismo entre o corpo e a alma, o mundo humano e a transcendência.” (Touraine, 1994: 43). Esta afirmação de Alain Touraine é discutível, pelo menos em parte, já que o ser humano não é verdadeiramente integrado na Natureza. Embora rejeite este dualismo entre corpo e alma, promovendo a ideia de que o sistema social é autoproduzido, autocontrolado e auto-regulado, a Modernidade ergue um novo dualismo, fundamental para os triunfos da Razão e da Ciência: a separação entre o mundo social e o mundo natural.

Para Bruno Latour (1994), a Constituição Moderna definiu-se a partir do debate entre Robert Boyle e Thomas Hobbes durante a década de 1660, no rescaldo da Guerra Civil Inglesa. Boyle inventou a câmara de vácuo e a bomba de ar, inovações tecnológicas que lhe possibilitavam recriar e estudar em laboratório alguns elementos da natureza e, assim, verificar a realidade desses elementos como coisa-em-si, fornecendo à Humanidade factos inalteráveis e resistentes a qualquer teoria, religião, política ou lógica. Hobbes atacou ferozmente as experiências laboratoriais de Boyle, pelo facto de essas experiências decorrerem em espaços fechados ao público e reservados a especialistas, enquanto reproduziam artificialmente os ambientes naturais. Hobbes procurava, por sua vez, a unificação do corpo político através de um contrato

social, dos homens-entre-eles, e não através de leis que lhes fossem externas. Para Hobbes, é o Estado quem deve controlar todas as coisas através do sistema político, criado pela Humanidade e que supera a Natureza. Do outro lado, Boyle sustenta que a Humanidade deve construir as suas normas sociais a partir das leis inegáveis da Natureza, mesmo que estas estejam apenas ao alcance de um pequeno grupo de investigadores fechados num laboratório.

O efeito principal deste debate é a criação de uma divisão entre Conhecimento e Poder. Hobbes criou os principais recursos de que dispomos para falar de Poder: representação, soberania, contrato, propriedade, cidadãos. Boyle fez o mesmo em relação ao Conhecimento das ciências naturais: experiência, facto, testemunho. O que eles não sabiam, segundo Latour, é que isto constituía uma dupla invenção.

“Boyle não criou simplesmente um discurso científico enquanto Hobbes fazia o mesmo para a política; Boyle criou um discurso político onde a política deve estar excluída, enquanto que Hobbes imaginou uma política científica da qual a ciência experimental de estar excluída. Em outras palavras, eles inventaram nosso mundo moderno, *um mundo no qual a representação das coisas através do laboratório encontra-se para sempre dissociada da representação dos cidadãos através do contrato social.* [itálico do autor] (...)

Os dois ramos do governo elaborados por Boyle e Hobbes, cada um de seu lado, só possuem autoridade quando claramente separados: o Estado de Hobbes é impotente sem a ciência e a tecnologia, mas Hobbes fala apenas da representação dos cidadãos nus; a ciência de Boyle é impotente sem uma delimitação precisa das esferas religiosa, política e científica, e é por isso que ele está tão preocupado em suprimir o monismo de Hobbes. São os dois pais fundadores, agindo em conjunto para promover uma única e mesma inovação na teoria política: cabe à ciência a representação dos não-humanos, mas é-lhe proibida qualquer possibilidade de apelo à política; cabe à política a representação dos cidadãos, mas é-lhe proibida qualquer relação com os não-humanos produzidos e mobilizados pela ciência e pela tecnologia.” (Latour, 2000: 35, 36)

Esta mesma divisão, embora mais aprofundada, é retomada por Boaventura Sousa Santos (1988), quando este afirma que os dois pilares fundamentais da Modernidade são o pilar da regulação e o pilar da emancipação. Do primeiro fazem parte, para além do princípio do Estado, o princípio do mercado e o princípio da comunidade. Por seu

turno, o pilar da emancipação baseia-se em três lógicas de racionalidade: a racionalidade estético-expressiva, presente na arte e na literatura, a racionalidade moral-prática, que se encontra na ética e no direito; e a racionalidade cognitivo-instrumental da ciência e da técnica, que poderemos identificar com a racionalidade de Boyle. Esta divisão entre política e ciência, entre sociedade e natureza, entre *homens-entre-eles* e *coisa-em-si*, é, afinal, o grande fundamento ideológico da Modernidade.

Outros aspectos da Modernidade não são, porém, de somenos importância: a ruptura com passado, o secularismo, a racionalidade, a cientificidade, o laicismo, a organização das relações sociais a partir de regras e leis universais. Uma das consequências da aplicação da Razão e do pensamento científico sobre a Humanidade e sua organização social foi a transformação do significado ontológico do ser humano. Aplicando as regras científicas e naturais sobre si mesmo, o ser humano passa de Sujeito a Objeto de conhecimento. Os trabalhos de filósofos humanistas e dos primeiros analistas “científicos” da sociedade, como Hobbes, Rousseau, Kant, Locke, Hume, Marx, Adam Smith, Durkheim e Weber, permitiram redefinir o lugar do ser humano no mundo, instituindo conceitos como “contrato social”, “comunidade”, “classe” ou “sociedade”. Apesar das muitas e marcantes diferenças entre estas obras, todas elas contribuem para um deslocamento ontológico do ser humano, deixando este de ter um destino individual, marcado pela relação de cada pessoa com a moral e com o transcendente, e passando a integrar um destino coletivo, partilhado com um grupo social devidamente organizado e estruturado, onde cada um deverá desempenhar uma determinada função, em prol do todo e por este definida. Este tipo de racionalidade impessoal marca a forma como a Modernidade entende o ser humano, objeto de análise e alvo de uma organização racional, atingindo o seu apogeu com o emergir do pensamento estruturalista, já no século XX. (cf. Foucault, 2005b; Latour, 2006; Touraine, 1994).

Derrubadas as antigas hierarquias sociais, assentes no direito divino ou de nascimento, os modernos ergueram bem alto os valores das Luzes e da Revolução Francesa: Liberdade, Igualdade e Fraternidade. A organização racional da sociedade e a moralidade assente em princípios universalistas (porque naturais) eram a garantia de que as antigas desigualdades e injustiças não se repetiriam. O desenvolvimento da imprensa escrita impulsionou e acompanhou a ascensão da burguesia, ao mesmo tempo que “democratizou” o acesso à informação e à educação, anteriormente apenas

acessíveis à nobreza e ao clero. No entanto, o capitalismo de imprensa permitiu também o aparecimento de uma nova forma de diferenciação e hierarquização entre os povos: a identidade nacional. (Anderson, 2005). Embora os estados sejam, por um lado, a garantia dos direitos de cidadania dos seus membros, a identidade nacional constrói-se sempre a partir de mecanismos de assimilação (para os que pertencem) e de diferenciação (para os que não pertencem).

O conceito de nação nasce de uma concepção caracteristicamente ocidental de organização política – o Estado racional – e assume um carácter predominantemente espacial ou territorial (Smith, 1997: 22, 23). A nação sugere uma ligação profunda entre um povo e um território bem definido, que não pode ser qualquer extensão de terra, mas sim “a terra «histórica», a «terra natal», o «berço» do nosso povo, mesmo nos locais onde não seja a terra de origem. Uma «terra histórica» é aquela em que terra e povo exerceram uma influência mútua e benéfica sobre várias gerações.” (idem, 23). Ainda segundo Anthony Smith, a concepção ocidental de nação, que se tornou dominante face às demais, necessita, para além do território histórico, de uma comunidade político-legal regulada por instituições e leis comuns e de uma memória coletiva partilhada por todos os seus membros, onde se inscreve a sua cultura cívica. Por outro lado, o modelo não ocidental de nação assenta numa concepção étnica de nação, colocando a ênfase na genealogia e na consanguinidade. Ao contrário do modelo ocidental, esta concepção étnica da nação não permite a mudança de pertença a uma identidade nacional. A identidade nacional assume assim um carácter multidimensional, oscilando entre uma concepção cívica e territorial e outra étnica e genealógica, mas fundindo em si estas duas dimensões, em diferentes proporções, consoante o contexto social particular. Smith afirma que:

“A identidade nacional e a nação são construções complexas, compostas por uma série de componentes interligadas – étnica, cultural, territorial, económica e político-legal. Estas exprimem os laços de solidariedade entre membros de comunidades, unidos por memórias, tradições e mitos partilhados, que podem ou não ter expressão nos seus próprios estados, mas totalmente diferentes dos laços puramente legais e burocráticos do estado.” (idem: 30)

Nas palavras de Anthony Smith, fica também vincada a grande importância da memória coletiva para a afirmação de uma identidade nacional. Esta memória necessita de mecanismos apropriados para a sua reprodução e continuidade no território e no

tempo, como uma cultura de massas comum, sistema educativo homogêneo e centrado na nação e utilização de símbolos nacionais que invoquem a herança comum de um povo, como bandeiras, moeda, hinos, uniformes, monumentos, cerimónias, ou mesmo censos, mapas e museus (Anderson, 2005; Smith, 1997). Ora, todos estes mecanismos de promoção e glorificação dos estados contribuíram muito mais para a preservação das desigualdades e conflitos entre os povos do que para qualquer universalismo humanitário. A primeira metade do século XX veio confirmar que a filosofia das Luzes havia-se apagado: duas guerras mundiais motivadas pelos nacionalismos, a emergência de ideologias totalitárias e repressivas, a luta entre classes e grupos sociais inspirada pela Revolução Soviética, o crescimento da contestação por parte de grupos minoritários ou subalternos no interior dos países ocidentais (contra a discriminação racial ou de género), a crescente insurreição contra o colonialismo proveniente das colónias.

Todas estas evidências de que o projeto da Modernidade havia falhado não foram, porém, suficientes para derrotar os modernos. A explicação para isso encontra-se, segundo Latour, na própria Constituição Moderna e nos paradoxos que a sustentam. O pensamento dualista entre natureza e cultura é a forma dos modernos se tornarem invencíveis, detentores de todas as respostas e de todos os argumentos, assentes em paradoxos invioláveis: a natureza é transcendente e ultrapassa-nos infinitamente, pois não é uma construção nossa; no entanto, ela pode ser produzida artificialmente em laboratório, o que significa que nos é imanente e que a podemos dominar; a sociedade é uma construção nossa e é imanente à nossa ação; porém, não somos nós que a construímos, porque ela transcende-nos e nada podemos fazer contra as transformações e os movimentos sociais. Com base nestes paradoxos, Latour define então a Constituição Moderna, que se sustenta em três garantias:

“1ª garantia – ainda que sejamos nós que construímos a natureza, ela funciona como se nós não a construíssemos.

2ª garantia – ainda que não sejamos nós que construímos a sociedade, ela funciona como se nós a construíssemos.

3ª garantia – a natureza e a sociedade devem permanecer absolutamente distintas; o trabalho de purificação deve permanecer absolutamente distinto do trabalho de mediação.” (Latour, 1994: 37)

A estas três, acresce uma quarta garantia, que tem a ver com a supressão de Deus e com o seu afastamento definitivo da construção do social e do natural. A Deus foi aplicada a mesma fórmula dual da natureza e sociedade: Ele passa a ser transcendente na sua imanência, pois encontra-se infinitamente afastado e incapaz de intervir no curso da vida, mas ainda assim o indivíduo tem o direito de recorrer a esta transcendência na sua vida pessoal. O Deus transcendente do mundo moderno pertence ao foro íntimo, não mais interferindo no foro exterior.

1.3 – A Modernidade na segunda metade do século XX e a crítica pós-moderna

Após a 2ª Guerra Mundial, os princípios da Modernidade pareciam estar revitalizados e mesmo reforçados, em virtude das exigências da nova ordem mundial. As marcas deixadas pelo Holocausto e a ameaça ideológica situada a Leste produziram uma renovada confiança nas virtudes da ciência e nos organismos democráticos de regulação social. Na abertura dos “30 gloriosos anos”, a democracia ocidental assumia-se como a melhor alternativa face aos regimes autoritários e repressivos, enquanto a alternativa soviética era olhada com desconfiança, ódio ou desdém por parte do Ocidente. O dramático final da 2ª Guerra Mundial, marcado pelo lançamento das bombas de Hiroshima e Nagasaki, reforçou a crença de que o domínio do mundo estaria nas mãos de quem dominasse a Ciência e possuísse os melhores recursos tecnológicos. Por outro lado, considerou-se fundamental a criação de organismos internacionais que regulassem as relações entre os estados e que impedissem novos conflitos mundiais, ainda mais quando a sombra da Guerra Fria pairava sobre as relações internacionais. A criação da ONU (Organização das Nações Unidas) foi sintomática desta nova forma de entender as relações internacionais. Na mesma época, e como consequência de um mundo cada vez mais bipolar, verificou-se uma tendência para a criação de grandes organizações transnacionais, como a NATO (Organização do Tratado do Atlântico Norte) e o Pacto de Varsóvia, ou mesmo a CECA (Comunidade Europeia do Carvão e do Aço), que viria mais tarde a transformar-se em Comunidade Económica Europeia e, na atualidade, União Europeia.

A nova ordem mundial ficou assim caracterizada por uma renovada crença nas instituições e nos valores democráticos, parecendo que finalmente se abria as portas a uma sociedade mais justa e igualitária, regulada por leis universais e humanitárias –

contribuindo também para isso a Declaração Universal dos Direitos Humanos, imagem de marca de uma nova sociedade mundial que se unia em torno de princípios universalistas. A Guerra Fria deu azo a um grande investimento na ciência e tecnologia, levando a uma competição feroz entre as duas superpotências, cada qual procurando posicionar-se um passo à frente da outra. Esta competição através da ciência tem um marco significativo na corrida espacial, que provocou verdadeiras ondas de histeria de massas e teve o seu epílogo, curiosamente, através da inovação tecnológica mais central para este ensaio: a televisão. Apesar de toda esta época ser, assim, francamente favorável à afirmação dos princípios modernos, as críticas à nova ordem política e social mundial começaram a fazer-se sentir, mesmo a partir do interior do mundo ocidental. As organizações internacionais fracassaram na tentativa de evitar novos conflitos entre as nações; as desigualdades económicas, sociais e políticas permaneceram no seio dos sistemas democráticos; o fim do colonialismo não significou uma diminuição das assimetrias Norte-Sul; a ameaça de uma guerra nuclear entre as duas potências pairava sobre todos os continentes, em particular sobre uma Europa dividida em duas partes.

Do ponto de vista epistemológico, a racionalidade e a cientificidade modernas começaram também a ser postas em causa, particularmente pelas ciências sociais e pela filosofia da ciência. Na antropologia, o paradigma estruturalista, impulsionado por Lévi-Strauss, desaguou em correntes de pensamento menos sistémicas e mais interpretativas. Contrariando a lógica das ciências naturais, antropólogos como Clifford Geertz sustentam que a única maneira de descrever os factos culturais consiste, precisamente, em interpretá-los (Geertz, 1993; Sperber, 1992). Geertz entende as culturas como um conjunto de textos, mensagens e sinais que só poderão ser significantes quando devidamente interpretados.

“In finished anthropological writings (...) this fact – that what we call our data are really our own constructions of other people’s constructions of what they and their compatriots are up to – is obscured because most of what we need to comprehend a particular event, ritual, custom, idea, or whatever is insinuated as background information before the thing itself is directly examined. (...) In short, anthropological writings are themselves interpretations, and second and third order ones to boot. (...) they are, thus, fictions; fictions, in the sense that they are “something made”,

“something fashioned” – the original meaning of *fictio* – not that they are false, unfactual, or merely “as if” thought experiments.” (Geertz, 1993: 9; 15)

A principal inovação desta perspectiva pós-estruturalista é a ideia de que o conhecimento produzido pelas ciências sociais é uma construção e não um facto em si mesmo. Porém, para os teóricos da pós-modernidade, esta noção transpôs mesmo as barreiras das ciências sociais e deve aplicar-se, também, às ciências naturais. Foucault foi um dos primeiros pensadores a desafiar a ideia de que os conhecimentos produzidos pelas ciências naturais correspondem a uma verdade exterior ao ser humano, que se encontra na natureza à espera de ser “descoberta”. Enveredando por uma espécie de arqueologia do pensamento, Foucault (2005b) debruça-se sobre as transformações dos saberes a partir do século XVII, analisando os processos através dos quais a Modernidade foi transformando a gramática em filologia, a análise de riquezas em economia política e a história natural em biologia. Ele procura aplicar um cepticismo sistemático em relação a todos os universais antropológicos, moldados pela concepção pós-cartesiana do mundo, em que tudo é passível de objetivação, de quantificação e de imputação causal.

Para Foucault, todos os sistemas de pensamento são situados historicamente e não são definidos pela ação dos indivíduos; antes, pelas estruturas sociais exteriores aos mesmos. As ciências humanas não são apenas um saber, elas definem práticas e modelos de entendimento, cristalizando-se como instituições. O autor concentra assim a sua atenção na *episteme*, ou seja, o sistema de conceitos que define o conhecimento para uma dada época. Ao contrário dos modernos, Foucault rejeita a ideia de que existem verdades por natureza; toda a verdade existe por convenção e depende sempre de um jogo de forças e de mecanismos de poder. Todo o conhecimento é, então, produzido pelas instituições e práticas do saber-poder e são estas quem define o tipo de conhecimento que deve ser produzido.

“O importante, creio, é que a verdade não existe fora do poder ou sem poder (não é – não obstante um mito, de que seria necessário esclarecer a história e as funções – a recompensa dos espíritos livres, o filho das longas solidões, o privilégio daqueles que souberam se libertar). A verdade é deste mundo; ela é produzida nele graças a múltiplas coerções e nele produz efeitos regulamentados de poder. Cada sociedade tem o seu regime de verdade, sua “política geral” de verdade: isto é, os tipos de discurso que ela acolhe e faz funcionar como verdadeiros; os mecanismos e as

instâncias que permitem distinguir os enunciados verdadeiros dos falsos, a maneira como se sanciona uns e outros; as técnicas e os procedimentos que são valorizados para a obtenção da verdade; o estatuto daqueles que têm o encargo de dizer o que funciona como verdadeiro. (Foucault, 2005a: 11)

Igualmente adepto do pensamento construtivista, embora mais direcionado para a ação e não para um controlo sistémico, Bruno Latour (1994) considera paradoxal e erróneo o tipo de conhecimento proposto pela Modernidade – daí a ilação provocatória de que “jamais fomos modernos”. A sua crítica fundamenta-se essencialmente na separação dos saberes proposta pelos teóricos da Modernidade. É que, paralelamente ao trabalho de purificação dos conhecimentos através da sua separação, a Modernidade desenvolve uma hibridação progressivamente maior de todos os aspectos da vida. Cada vez mais o conhecimento, a política e os discursos estão interligados naquilo que Latour classifica como um *nó górdio*. A epistemologia moderna, tal qual Alexandre, limitou-se a cortar a corda, procurando a solução simples e ilusória de separar a natureza da cultura, divisão essa bem vincada na dicotomia ciências sociais/ ciências naturais. Latour acredita que o papel das ciências sociais será o de reatar este nó górdio, demonstrando que todo o conhecimento produzido é também poder, e que dele fazem parte diversos agentes, tanto humanos como não-humanos. Todo o conhecimento científico produzido é sempre um híbrido entre o trabalho de um ou de um grupo de cientistas, o fenómeno natural que se pretende transformar em facto, os recursos materiais de um laboratório, o apoio económico do Estado, o interesse que a sociedade pode ter nessa descoberta e os efeitos que tal descoberta provocará... Há uma infinidade de agentes de vários tipos em toda esta teia de relações, e uma divisão tão simplista do mundo como a proposta da Modernidade não pode ser viável. (Latour, 1996)

Embora a Modernidade possa ter inúmeros sentidos, o adjetivo “moderno” marca uma mudança, uma ruptura no tempo, que cria uma oposição face a um passado e transmite a ideia de uma certa luta onde há vencedores e vencidos – os Antigos e os Modernos, sendo que os Antigos podem coabitar no espaço e no tempo com os Modernos. Qualquer indivíduo que seja visto a passear pelas ruas de uma cidade, montado num asno ou qualquer outra besta quadrúpede, é imediatamente identificado como um camponês saído do mundo provinciano, tradicional e pré-moderno. Curiosamente, quando os modernos lançam o seu olhar sobre outras sociedades ditas

menos desenvolvidas, os discursos que se constroem, nomeadamente na Antropologia, inserem numa mesma narrativa os mitos, etnociências, genealogias, formas políticas, técnicas ou religiões.

“[A um antropólogo] Basta enviá-lo aos *arapesh* ou *achuar*, aos coreanos ou chineses, e será possível obter uma mesma narrativa relacionando o céu, os ancestrais, a forma das casas, as culturas de inhame, de mandioca ou de arroz, os ritos de iniciação, as formas de governo e as cosmologias. Nem um só elemento que não seja ao mesmo tempo real, social e narrado.” (Latour, 1994: 12)

Porém, quando se trata de analisar o mundo no seio da Modernidade, a separação de saberes torna-se essencial e é impensável misturar-se religião com política, arte com conhecimento, rituais com direito. Este dualismo interpretativo garante aos modernos a sua diferença, a sua superioridade nesta relação hierárquica. A diferença de atitude no modo de produzir conhecimento quando os modernos olham para si mesmos ou para outros povos ilustra bem aquilo que Boaventura de Sousa Santos (2007) interpreta como um “pensamento abissal”. Porém, a separação e especialização de saberes levantam outros problemas para além das incongruências da Constituição Moderna ou da proliferação de híbridos. O sociólogo Niklas Luhmann afasta-se do conceito de hibridação sugerido por Latour e focaliza-se, sobretudo, nos efeitos nefastos que a especialização dos saberes pode trazer para a própria ciência.

Luhmann desenvolveu e aprofundou a Teoria dos Sistemas, iniciada por Talcott Parsons (1991). Para Luhmann (1995; Becker and Seidl, 2005), a sociedade moderna é caracterizada por uma progressiva divisão em sistemas e subsistemas autónomos, cada qual possuindo diferentes tipos de racionalidade e diferentes lógicas internas. Estes sistemas correspondem aos vários domínios da sociedade moderna, como a economia, a política, a religião, a ciência ou a arte. No pensamento *luhmanniano*, o conceito *sistema* opõe-se ao de *ambiente*, embora eles se relacionem. Os sistemas têm contacto com o ambiente, no entanto, este contacto é regulado pelo sistema, que escolhe quais os elementos do ambiente que lhe servem, quais devem ser observados e como devem ser interpretados. Isto leva a que os sistemas se desenvolvam numa lógica de auto-referencialidade, pois cada sistema só consegue apreender a realidade a partir dos seus próprios mecanismos conceptuais e modelos de racionalidade.

«Luhmann faz uma clara distinção entre sistemas sociais e seres humanos (sistemas psíquicos): os sistemas sociais reproduzem-se na base de comunicações e os

sistemas psíquicos na base dos pensamentos. Ambos os sistemas estão operativamente fechados um para o outro e podem meramente causar perturbações mútuas» (Becker and Seidl, 2005: 13; [tradução minha]). Por este motivo, na obra de Luhmann, as pessoas concretas desaparecem e o papel dos atores é desvalorizado, sendo os próprios sistemas que se transformam e se auto-reproduzem, arrastando os atores nesse processo. Luhmann equipara mesmo os sistemas sociais a sistemas autopoieticos, que não podem ser afetados por nada que lhes seja externo e que apenas se transformam através da sua própria lógica de reprodução, veiculada pela comunicação. Ele afirma:

«Os sistemas sociais usam as comunicações como o seu modo particular de reprodução autopoietica. Os seus elementos são comunicações, que são produzidas e reproduzidas recursivamente por uma rede de comunicações e que não podem existir fora dessa mesma rede.» (in Becker and Seidl, 2005: 28; [tradução minha])

A auto-referencialidade apontada por Luhmann, que conduz à *autopoiesis*, acaba por gerar uma complexidade interna a cada sistema, que o torna incompreensível e inacessível aos outros sistemas. Desta forma, o conhecimento produzido por cada sistema aparece aos outros como inserido numa “caixa negra” (Luhmann, 1995: 14), impedindo a comunicação entre eles, fechando-se o debate e evitando o escrutínio dos outros sistemas, o que provoca uma saída da discussão da esfera pública. Este cepticismo sistémico despertou algumas críticas, nomeadamente por parte Joost Van Loon (2002), que acusa Luhmann de se afastar da intervenção política e de propor um modelo que só poderá resultar numa mera aceitação passiva do erro, sem que isso provoque qualquer mudança. Outros autores, como Michel Callon, abordam também a especialização dos saberes de uma forma crítica, mas com a atenção mais focalizada na ação e nos atores e não tanto na auto-reprodução sistémica.

Callon (1999) critica a forma como a produção de conhecimento científico continua a ser um domínio fechado e restrito aos especialistas, defendendo um maior envolvimento das populações e dos leigos nos processos de produção de saber. Callon identifica três modelos de regulação nas relações entre especialistas e o público: I – o Modelo da Educação Pública, que é o mais difundido e mais vezes aplicado, radicaliza a oposição entre conhecimento científico e conhecimento leigo, avaliando o primeiro como objetivo e o segundo como subjetivo; neste modelo, a comunicação é unidirecional, cabendo aos especialistas o papel de informar os leigos e, a estes, o papel

de aceitar o conhecimento científico como válido e fiável. 2 – o Modelo do Debate Público surge como resposta quando alguns pressupostos científicos se tornam inválidos; este modelo, preservando o conhecimento científico como valor universal, admite, no entanto, que o mesmo é sempre incompleto e que o conhecimento produzido em laboratório é insuficiente para dar resposta à complexidade de problemas específicos. Assim, este modelo propõe uma consulta regular ao público e aos leigos, através de fóruns e debates públicos; porém, levanta questões sobre a representatividade e acaba por manter o poder de decisão do lado dos especialistas. 3 – o Modelo da Co-produção de Conhecimento é aquele que Callon defende como o ideal, embora seja o menos explorado. Aqui, o papel dos não-especialistas é essencial, procurando-se formas de construir conhecimento através da interação de coletivos e grupos de interesse que reúnem especialistas e leigos. O maior desafio para este modelo é a dificuldade em conciliar os diferentes interesses das minorias de forma a atingir um bem comum que não seja marcado por interesses particulares.

Callon defende, então, que não existe uma crise de confiança na ciência, mas sim uma crise dos regimes de produção de saber, que dependem de relação de confiança ou desconfiança entre leigos e especialistas. Esta posição desafia as ideias de Ulrich Beck, que encontra outras explicações para a desconfiança em relação à ciência. Beck (1992) afirma que a sociedade pós-industrial caracteriza-se, sobretudo, pela produção e reprodução dos riscos. Estes definem a nova ordem social e regulam as relações entre as pessoas, à medida que as relações de classe, que caracterizavam a sociedade industrial, vão perdendo sentido. Assim, enquanto na sociedade industrial a relação social primordial é o antagonismo de classe, a sociedade do risco caracteriza-se pela individualização da sociedade, passando as relações de classe a ter menos relevância. Isto deve-se, sobretudo, ao facto da sociedade ter deixado de se organizar a partir da produção e distribuição de bens e ter passado a centrar no risco as mudanças da organização social. Enquanto a sociedade industrial mobilizava-se com vista a eliminar a escassez e a necessidade, servindo-se para isso de instituições criadas para regular a produção e a distribuição de bens, na sociedade do risco a escassez deixa de ser o único mal, e a própria produção de bens acarreta consigo novos males, aos quais as instituições herdadas se mostram incapazes de dar uma resposta conveniente e eficaz.

Os principais problemas com que se depara a sociedade do risco estão, de facto, relacionados não com a escassez, mas precisamente com o excesso da produção de

bens e com o desenvolvimento da tecnologia. Entre os novos riscos originados pelas tecnologias de produção contam-se os acidentes em centrais elétricas ou nucleares, a destruição das florestas e dos ecossistemas, o uso de pesticidas, o recurso à agricultura genética ou os efeitos secundários dos medicamentos. Não existindo, por parte das instituições existentes, uma resposta adequada a estes riscos, promove-se mais investigação científica e tecnológica, que, por sua vez, vai originar novos riscos. Isto é o que Beck define como o paradoxo da sociedade do risco. As respostas aos riscos existentes acabam por gerar novos riscos, particularmente as respostas mediadas por inovações tecnológicas, cujas consequências não são totalmente conhecidas ou previsíveis. Exemplo disso é o uso de antibióticos que, servindo para combater certos vírus, acabaram por provocar mutações nesses mesmos vírus, tornando-os mais resistentes e mais perigosos e, conseqüentemente, obrigando à produção de novos antibióticos. Este processo aplica-se à sociedade do risco de forma geral. À medida que a tecnologia se desenvolve e se complexifica, os riscos também se complexificam e os novos riscos, derivados da tecnologia, vão originar novas respostas através de novos avanços tecnológicos que geram e revelam mais riscos. Entra-se assim num ciclo vicioso e permanente entre os riscos e as respostas aos mesmos, que já não constituem soluções definitivas, mas sim e apenas uma nova etapa no processo de produção e reprodução de riscos.

É esta complexidade do risco que acaba por conduzir a uma individualização progressiva da sociedade. Ela gera nos indivíduos uma insegurança existencial, pelo facto de os riscos não serem totalmente compreendidos, parecendo antes contínuos e omnipresentes, sem que nunca tenham uma solução definitiva. Os valores tradicionais, assim como as tradicionais visões do mundo que tomam o ser humano como um ser total, dotado de corpo, mente e alma num conjunto coerente e sólido, deixam de dar resposta válida. Os riscos passam a situar-se ao nível microscópico, nomeadamente do gene, do vírus ou do átomo. Tudo isto conduz a uma nova concepção do ser humano, que provoca um desenraizamento do indivíduo face aos valores comunitários tradicionais e reintegra-o num mundo que só pode ser ordenado e revelado pela ciência, pois escapa aos mecanismos individuais da percepção do real.

As regras de comportamento e de relacionamento entre as pessoas passam a ser mediadas pelo risco e pela tecnologia criada em função dele, tornando-se abstratas para os indivíduos, porque passam a ser propriedade de sistemas e tecnologias de

mediação que o indivíduo não domina. Visto que o sujeito individual não tem o *know-how* que lhe permita entender os riscos derivados da tecnologia, perde-se a causalidade dos mesmos, passando a ser necessária a mediação tecnológica para revelá-la. Isto faz com que as normas sociais que regulam as relações entre as pessoas se tornem incompreensíveis para os leigos, transformando o Outro num ser que, em vez de igual ou equiparável ao Ego, não passa de um cidadão anónimo e desconhecido, eventualmente portador de riscos para o sujeito.

A tecnociência passa assim a assumir uma posição central na estruturação e regulação das relações sociais, pois é através dela que o indivíduo pode compreender o risco e socorrer-se com alguma dose de segurança. Esta centralidade da tecnociência, assim como a individualização do risco, geram oportunidades tanto para o mercado como para o consumo. Exemplo disso é a limpeza doméstica que, a partir da década de 1950, começou a ser promovida como uma condição essencial à saúde das pessoas, assistindo-se então a uma explosão de novos produtos, cada vez mais especializados e eficazes no combate ao pó, aos ácaros, aos insetos, aos maus cheiros, à sujidade, às nódoas ou às gorduras. No entanto, quanto mais limpas pareciam as casas, devido à utilização cada vez maior de eletrodomésticos mais eficazes e de melhores produtos de limpeza, maior preocupação com a limpeza doméstica se gerava, tornando-se numa verdadeira obsessão, até com a sujidade mais invisível. Toda a tecnologia acumulada nos últimos 50 anos com vista à higiene doméstica parece não ser ainda suficiente, pois constantemente surgem novos produtos que afirmam ser mais eficazes e limpar ainda mais a fundo. Em resumo, quanto maior é a limpeza, maior é a preocupação com a sujidade e mais as pessoas a “vêem”.

A crescente insegurança resultante da complexidade do risco, assim como a falta de entendimento do mesmo, leva os indivíduos a recorrer cada vez mais a sistemas especializados para lidar com o que não conseguem compreender. Passam então a confiar no planeamento familiar, nos cuidados médicos, na educação, nos serviços sociais ou nos advogados, que lhes garantem certos saberes que não possuem e que se apresentam como capazes de dar uma resposta objetiva e eficaz àquilo que escapa ao seu domínio. Estes sistemas especializados estão cada vez mais desligados entre si e criam uma realidade cada vez mais compartimentada e dividida. O inofensivo transforma-se em perigoso; ao decompor-se cada coisa nas várias partes que a constituem, torna-se possível para cada sistema especializado encontrar algum tipo de

risco no seu mais pequeno componente. O vinho torna-se perigoso porque contém álcool, o tabaco torna-se perigoso porque contém nicotina, o peixe torna-se perigoso porque contém mercúrio... A especialização dos saberes provoca uma desintegração do indivíduo e da sua realidade, pois esta acarreta cada vez mais riscos invisíveis, que o indivíduo sente cada vez maior necessidade de ver.

Os conhecimentos especializados, segundo Beck, deixam os indivíduos num estado permanente de reflexividade face à sua existência. Esta não acontece ao nível da cognição ou da consciência; é mais primária que isso: provoca a desintegração interna do próprio sujeito existencial, daí que Beck equipare reflexividade com auto-confrontação ou auto-destruição (Van Loon, 2002). Esta desintegração interna, dentro de uma cultura tecnológica, ocorre a nível submolecular (átomo, gene, vírus...), deixando de poder ser observada pelos sentidos e necessitando de uma mediação tecnológica para poder ser visualizada, significada e valorizada. Na sociedade do risco, só uma suspensão da dúvida e da suspeita que existem em relação aos conhecimentos especializados pode unificar o sujeito e torná-lo temporariamente integral, mas essa unificação é ilusória e passageira.

Os conceitos de classe que marcaram a sociedade industrial perdem assim o seu sentido genuíno. A organização do trabalho e o domínio dos meios de produção deixam de ser o grande paradigma para o entendimento do social. Os novos grupos que se formam dependem menos do conceito de classe do que da partilha de um certo risco e começam a surgir novos móveis de associação social, como o género ou a etnicidade, ou qualquer outro aspecto que crie uma ideia de partilha de uma certa insegurança ou fraqueza comuns. No entanto, na sociedade do risco, todas as formas de organização e constituição de grupos sociais tornam-se mais difíceis, pela estranheza face ao Outro. A resposta ao risco passa a ser uma responsabilidade individual, já que a perda da causalidade leva o indivíduo a um maior controlo sobre as suas ações. É o indivíduo o principal responsável pelas suas próprias práticas face ao risco, por apertar ou não a mão a um desconhecido, por usar ou não preservativo ou cinto de segurança, por consumir ou não produtos com baixo teor de polinsaturados, por evitar ou não o contacto com tabaco, drogas ou bebidas alcoólicas...

Esta individualização das ações e das responsabilidades sociais deve-se também a uma perda de confiança nas instituições que marcaram a era industrial ou a Primeira Modernidade. Bauman (2000) associa as ideias de “peso” e “solidez” à era industrial,

marcada pelo fordismo e pela segurança oferecida pelos mecanismos de regulação dos estados, assim como pela própria estrutura social, que tinha na família, na classe e na comunidade instituições capazes de suportar e integrar os indivíduos. Porém, na segunda metade do século XX, as lutas pela emancipação dos indivíduos, associadas ao espírito do capitalismo e liberalismo de mercado e da individualização das necessidades através do consumo, ajudaram a configurar uma nova ordem social, a que Beck chama “modernidade reflexiva” e Bauman “modernidade líquida”.

A “modernidade líquida” aprisiona os indivíduos em novos desafios, que obrigam a uma atenção e esforço permanentes para definirem e afirmarem a sua individualidade. Richard Sennet (2000; 2007) segue uma linha de pensamento próxima à de Bauman. Ele destaca 3 dos principais desafios do indivíduo moderno: (1) gerir as relações a curto prazo e autogerir-se, enquanto se muda de ocupação, emprego ou local de trabalho; (2) adquirir novas competências ao longo da vida, sempre prontas a serem recicladas, perante a pressão da meritocracia, que valoriza mais a capacidade potencial do que os desempenhos anteriores; (3) renunciar ao passado e à experiência acumulada, deixando de lado bens antigos, mesmo quando ainda são perfeitamente utilizáveis. (Sennet, 2007: 14, 15).

O primeiro capitalismo, assim como o capitalismo social, basearam-se numa lógica de estabilidade e crescimento e suportavam-se por uma organização de tipo militar, assente em hierarquias de poder e no pensamento estratégico. Para este capitalismo, o tempo assumia um papel fundamental: pensava-se a longo prazo, com vista ao aumento progressivo da riqueza; definia-se a atuação no presente tendo em vista o sucesso no futuro e, como base, a experiência do passado. Este tempo racionalizado refletia uma busca de ordem, visível na normalização das escolas e das práticas profissionais, tanto na medicina como nas ciências ou no direito. Todas estas formas de racionalização da vida encontravam paralelo na estruturação das carreiras individuais e da sociedade no geral, que deveria assentar em normas de fraternidade, autoridade e competitividade. As carreiras e as vidas individuais deveriam ser estruturadas em função dos outros e da posição que cada um ocupa na sociedade, pressupondo-se uma longevidade das instituições e um percurso dos indivíduos com vista a ascender a posição superior nessas instituições. A estrutura burocrática do capitalismo social assemelhava-se assim a uma jaula de ferro, mas era a garantia de estabilidade e de solidez que permitiria sobreviver às turbulências e regular as ambições individuais.

O colapso do sistema de Bretton Woods, no início dos anos de 1970, veio alterar a organização interna das empresas, motivado principalmente por pressões externas dos acionistas, que exigiam lucros imediatos, após a perda de confiança no crescimento a longo prazo. A imagem de segurança e estabilidade das empresas deixou então de ser valorizada por um mercado cada vez mais interventivo e por um “capital impaciente”, que exigia lucros a curto prazo. A segurança e a estabilidade foram absorvidas por um novo paradigma, o da flexibilidade e da mudança, levando as empresas a reformularem-se e a apresentarem-se como empresas dinâmicas. A estabilidade passou a ser olhada com desconfiança e como um sinal de fraqueza, revelador que esta seria incapaz de encontrar novas oportunidades e de mudar. É este contexto empresarial modelado pelo capital impaciente que conduz ao aparecimento de um novo “«eu» idealizado”.

O modelo ideal de personalidade adaptável às necessidades da sociedade flexível e fluida apresenta-se como um indivíduo capaz de se adaptar rapidamente às mudanças e a novas equipas de trabalho, adquirir constantemente novas competências, mesmo que estas estejam desligadas da sua formação prévia, e que esteja disposto a abdicar da sua experiência e estatuto anteriores. Estas exigências não libertam o indivíduo, mas colocam-no numa situação permanente de pressão e ansiedade. Ao mesmo tempo que o novo «eu» idealizado despreza e renuncia à situação de dependência, reiterando a ideia da liberdade como sinónimo de independência, ele afasta-se progressivamente dos elos sociais e das relações pessoais que sustentam o indivíduo. O “capital social” dos trabalhadores diminui significativamente e os seus compromissos e associações perdem qualidade. De certa forma, pode dizer-se que as relações entre as pessoas vão-se transformando em meras transações.

Sennet (2007) afirma que o desmantelamento da jaula de ferro burocrática conduz as massas trabalhadoras a três défices sociais: (1) a fraca lealdade institucional, pois os trabalhadores não se dispõem a comprometer-se pessoalmente com uma empresa que não lhes dá segurança nem estabilidade; (2) a diminuição da confiança informal, pois a curta duração das relações pessoais e o maior distanciamento entre os funcionários não permite o desenvolvimento de relações de confiança; (3) enfraquecimento do conhecimento institucional, já que diminui o entendimento sobre o lugar e o papel de cada um no interior da empresa e restringe-se a acumulação de conhecimento. Toda a ênfase é colocada na autodisciplina e na responsabilidade individual de cada funcionário. No entanto, a insegurança e a instabilidade da sua situação conduzem muito mais

rapidamente à insatisfação, ao stress, à ansiedade e à depressão. Por outro lado, esta flexibilidade e liquidez fazem desaparecer os fantasmas dos sistemas de controlo rígidos e autoritários que ensombravam o imaginário da era industrial, materializados nas obras *Admirável Mundo Novo*, de Huxley e *Mil Novecentos e Oitenta e Quatro*, de George Orwell (Bauman, 2000: cap. 2).

1.4 – A Televisão: produto e produtor da Modernidade?

Surgida na década de 1920, a televisão foi evoluindo tecnologicamente e difundindo-se por quase todos os países do mundo. A televisão a cores surge nos Estados Unidos da América durante a década de 1950 (in *Wikipédia*, s.d.), numa altura em que esta inovação tecnológica estava já profusamente globalizada, mas existindo, sobretudo, em espaços públicos e não como aparelho de uso doméstico. Constituindo a principal inovação ao nível das tecnologias de comunicação do século XX, a televisão começou a dar provas da sua extrema relevância política e geoestratégica a partir de dois acontecimentos que marcaram a história mundial dos últimos 60 anos: a Guerra do Vietname (1959-1975), o primeiro conflito armado acompanhado em direto um pouco por todo o mundo e a chegada do ser humano à Lua (Julho de 1969), que confirmou, perante milhões de espectadores, a vitória dos norte-americanos face aos soviéticos na corrida espacial.

A contínua evolução dos aparelhos televisivos e a sua imensa disseminação fizeram com que a televisão se tornasse, em algumas décadas, uma presença quase obrigatória na esmagadora maioria dos lares, particularmente no mundo ocidental. É através dela que grande parte da população mundial toma conhecimento do que vai acontecendo no seu país e no mundo, impondo-se à imprensa e à rádio e resistindo, ainda, à recente concorrência da internet no domínio da comunicação de massas. As formas de “ver televisão” nunca foram estanques, dependendo sempre da própria evolução tecnológica e do tipo de aparelho utilizado para esse fim. No entanto, foi com o aparecimento da internet que a relação entre os espectadores e a televisão mais se transformou, possibilitando uma maior interação e abertura entre os produtores e o público. O que pretendo aqui discutir não se focaliza tanto na forma como esta relação se tem alterado, mas sim no tipo de discurso e mensagem que a televisão propaga.

A hipótese que pretendo verificar nesta dissertação assume a televisão enquanto veículo de poder e de afirmação dos discursos da Modernidade, o que passa pela validação do discurso científico e da legitimidade das instituições democráticas. Desta forma, pretendo questionar se a Modernidade atua como discurso hegemónico e global, suportado e legitimado pela televisão. Para esse fim e tendo por base a discussão teórica precedente, tomarei como questões de partida as seguintes: 1^a – a realidade criada pela televisão constitui um retrato do mundo, como um espelho do real, ou, em vez disso, projeta uma determinada forma de olhar a realidade, assente em algumas das crenças e práticas geradas pela Modernidade? 2^a – a realidade televisiva assenta num somatório de discursos diferenciados e independentes, cada vez mais especializados e separados uns dos outros, ou, por outro lado, constituir-se-á de um discurso coeso e coerente, que se estende por diversas áreas, mas que se orienta numa mesma direção? A segunda questão pretende verificar se o discurso televisivo pode ser identificado com uma ou várias das construções teóricas da Modernidade anteriormente discutidas. Justifico a pertinência deste tema com as seguintes palavras de Arjun Appadurai:

“Mais consequente para os nossos objetivos é o facto de a imaginação ter hoje adquirido uma força nova e singular na vida social. A imaginação – expressa em sonhos, canções, fantasias, mitos e contos – sempre constou de qualquer sociedade que esteja de algum modo organizada culturalmente. Mas na vida social de hoje a imaginação tem uma força nova e singular. Mais pessoas em mais partes do mundo consideram possível um conjunto de vidas mais vasto do que nunca. Uma fonte importante para esta mudança está na comunicação de massas, que apresenta um sortido rico e sempre variado de vidas possíveis, algumas das quais entram na imaginação vivida de gente comum melhor do que outras.” (Appadurai, 2004: 77,78)

Tanto os programas como os modelos de programas de televisão são, hoje em dia, cada vez mais globais. Personagens criadas pela ficção televisiva norte-americana ou pela indústria de animação japonesa podem facilmente ser reconhecidos numa qualquer aldeia do nordeste transmontano ou mesmo num bairro pobre dos subúrbios de Kinshasa. A televisão constitui um poderoso veículo difusor de ideias, conceitos, discursos, acontecimentos, saberes, opiniões, comportamentos e formas de vida. Por ser fruto do desenvolvimento tecnológico e científico e por obedecer a uma lógica de comunicação ampla e igualitária, a televisão pode ser considerada, claramente, um

produto da Modernidade. O que falta saber, ao que tentarei dar resposta ao longo deste texto, é se a televisão pode ser considerada, além disso, como um produtor de Modernidade, ajudando a produzir e a reproduzir certas concepções do mundo que se podem identificar com as linhas ideológicas fundamentais daquilo a que podemos chamar “mundo moderno”.

Capítulo 2: A televisão enquanto agente social – uma opção metodológica

A televisão é um meio de comunicação social, ou seja, um mediador entre um ou vários emissores e um ou vários receptores. A televisão é também um objeto tecnológico, um sistema complexo que emite imagens e sons pelo espaço, através de satélites ou cabos, que são recebidos por um aparelho apropriado (televisor), com diferentes formas, feitios, modelos e definições. Porém, neste ensaio, a televisão não irá ser tratada de nenhuma destas formas. Além das duas qualidades descritas anteriormente, a televisão é também um agente social que interage diretamente com uma enorme variedade de outros agentes, e será sempre nesta perspectiva que a televisão será aqui abordada. A televisão não é apenas um objeto material; ela constitui um híbrido humano e não-humano, que mistura em si discursos, tecnologias, rostos, materiais, ideias, políticas, conhecimentos, instituições e normas. A concepção da televisão como mero objeto parte de uma formulação errónea de algumas vertentes ideológicas da Modernidade, que separam sujeito e objeto.

“To conceive of humanity and technology as polar opposites is, in effect, to wish away humanity: we are sociotechnical animals, and each human interaction is sociotechnical. We are never limited to social ties. We are never faced only with objects. (...) Objectivity and subjectivity are not opposed, they grow together and they do so irreversibly. At the very least, I hope I have convinced the reader that, if we are to meet our challenge, we will not meet it by considering artifacts as things. They deserve better. They deserve to be housed in our intellectual culture as full-fledged social actors. Do they mediate our actions? No, they are us.” (Latour, 1999: 214)

Mediante este pressuposto, o que importa classificar não é tanto a televisão em si, mas sim as relações sociais que esta estabelece. A mim, enquanto interlocutor, interessa-me, sobretudo, o que a televisão diz e para onde me direciona. Assim, o estudo que aqui apresento concentra-se, essencialmente, no conteúdo televisivo e na interpretação que, enquanto receptor, faço do mesmo. Seguindo o modelo de Denis McQuail (2005: 7), a minha perspectiva pode ser considerada *media-culturalista*, dando atenção primordial ao conteúdo e à recepção subjetiva das mensagens. O meu papel neste processo comunicativo não é de um sujeito passivo, pois o receptor tem sempre

uma capacidade diferenciada de interpretação, que é moldada pelo meio social em que cada indivíduo se insere. Colocar a ênfase nas diferentes respostas dos públicos em contextos socioculturais distintos é algo que transcende os limites formais desta dissertação, pelo que não irei abordar esta perspectiva ao longo do presente estudo.

Com vista a delimitar o meu objeto, tornando-o viável e adaptável às regras formais que me são impostas, optei por restringir o meu estudo aos dois canais da televisão pública portuguesa (RTPI e RTP2). A opção parece-me pertinente, pois a RTPI segue um modelo de programação não muito diferente dos outros canais generalistas portugueses em sinal aberto (SIC e TVI). Por sua vez, a RTP2 apresenta uma oferta alternativa, com vários programas destinados a um público mais restrito e especializado. Tenho, no entanto, de fazer aqui um importante reparo: a forma como eu “vi” os 14 dias de televisão aqui analisados não corresponde, de forma alguma, à forma como habitualmente se vê televisão. Em primeiro lugar, as pessoas não assistem a 21 horas consecutivas da programação de um só canal. Depois, o rigor analítico que empenhei em cada minuto de visionamento não corresponde à atitude, muitas vezes descontraída e desinteressada, com que as pessoas vêem televisão. Além disso, há ainda que ter em conta as novas formas de “ver televisão” que têm aparecido recentemente e que têm contribuído para uma relação mais maleável (ou fluída, se quisermos) e interativa dos telespectadores com a televisão.

A internet, que possibilita o visionamento repetido de momentos televisivos marcantes, ou simplesmente aceder à transmissão de um determinado programa que se perdeu, começa a afirmar-se como uma forma de “ver televisão” bastante popular, estimulada ainda pela partilha de informação e de *links* através das redes sociais. Por outro lado, os operadores de multimédia e de televisão por cabo apostam cada vez mais em serviços que permitem uma maior liberdade aos clientes para escolherem a programação que querem ver e quando a querem ver. Aliás, foi graças a estes novos serviços que tive a possibilidade de recolher e analisar devidamente os dados que aqui apresento, já que tive de proceder à gravação contínua das emissões diárias, serviço fornecido pelo operador de que disponho, para posterior análise. Porém, a escassa capacidade de armazenamento de horas de gravação não me permitiu fazer uma gravação semanal na íntegra, pelo que tive de estender a minha cobertura ao longo de várias semanas, com uma amplitude de cerca de dois meses.

2.1 – Como a Televisão “vê”

A televisão constrói-se a partir de pressupostos sociais. Sendo um agente de comunicação, ela tenta identificar os seus interlocutores, procurando definir tipos de audiência, públicos-alvo e horários nobres (quando se espera maiores audiências). Para isso, a televisão parte, necessariamente, de uma ideia de sociedade construída a partir de números, pré-conceitos, estatísticas, retratos macro-sociais e modelos conceptuais de sociedade que procuram definir o “cidadão médio”. O público-alvo varia, contudo, ao longo do dia, pelo que a televisão não se limita a definir um cidadão-tipo, mas sim vários tipos de cidadãos, escolhendo para cada o que mais se adequa à sua identidade social. Esta pré-definição de identidades socioculturais - quem deve ver o quê - passa por considerações sobre horários de trabalhos, tipos de atividade e horários de disponibilidade para ver televisão. Necessariamente, esta forma de definir tipos de cidadãos acaba por agir reflexivamente sobre os mesmos.

Em segundo lugar, é importante atentar na forma como a televisão apreende o mundo que a rodeia. Os elementos “sensoriais” de que dispõe limitam-se à visão e à audição, não possuindo qualquer outro mecanismo para captar o mundo sensível. A consequência imediata deste aspecto, dada a importância que a televisão adquiriu nos últimos 50 anos como veículo de informação, é um claro predomínio destes dois sentidos sobre todos os outros, no que refere a formas de conhecer a realidade. A imagem em movimento e o som tornaram-se autênticos imperadores dos sentidos, impondo-se a qualquer outra forma de olhar o mundo. Podemos então questionar a realidade que a televisão transmite como verdadeiramente “real”. Ela nasce de uma forma de olhar o mundo que está irremediavelmente limitada pela própria tecnologia que a possibilita e promove. Tudo o que a televisão pode fornecer é uma representação do real e nunca a realidade em si mesmo, ou seja, trata-se de um simulacro em som e imagem de uma determinada coisa ou acontecimento.

Até à invenção da máquina fotográfica, os simulacros eram sobretudo pinturas e esculturas, feitas *a posteriori*, pela mão de artistas pagos por alguém que pretendesse ver representado um determinado tema ou momento histórico. Hoje em dia, a televisão permite, a qualquer cidadão com acesso às transmissões televisivas, assistir a um simulacro de algo que está a acontecer no próprio momento, em qualquer parte do globo. Podemos considerar estes simulacros bastante satisfatórios, mesmo tendo em conta que apenas dois sentidos são estimulados. Temos acesso a uma imagem em

movimento e ao som; em muitos casos, temos ainda o auxílio de um locutor presente no local, que pode ajudar a contextualizar e explicar o que está a acontecer. Porém, na torrente contínua de informação que a televisão hoje nos fornece, estes simulacros ameaçam tornar-se a própria realidade, numa lógica constante de produção e reprodução de “realidades”, que assentam nas mesmas formas de representação.

“Daí a histeria característica do nosso tempo: histeria da produção e reprodução do real. A outra produção, a dos valores e das mercadorias, a dos bons velhos tempos da economia política, desde há muito que não tem sentido próprio. O que toda uma sociedade procura, ao continuar a produzir e a reproduzir, é ressuscitar o real que lhe escapa. É por isso que esta produção «material» é hoje, ela própria, hiper-real. Ela conserva todas as características do discurso e da produção tradicional mas não é mais que a sua refração desmultiplicada (assim, os hiper-realistas fixam numa verosimilhança alucinante um real de onde fugiu todo o sentido e todo o *charme*, toda a profundidade e a energia da representação). Assim, em toda a parte o hiper-realismo da simulação traduz-se pela alucinante semelhança do real consigo próprio.” (Baudrillard, 1981: 33, 34)

A hiper-realidade de que fala Baudrillard é outra das características da forma de a televisão absorver o mundo exterior. Este conceito sugere um modelo de entendimento do real que se substitui ao próprio real. As representações que a televisão apresenta da realidade, sobretudo ao nível da informação, não são apresentadas como simulacros, mas sim como realidades concretas. Para isso, as imagens e os sons apresentados têm, não só, de ser reais, como parecer reais. Um cenário de guerra deve parecer um cenário de guerra; um bairro pobre deve parecer um bairro pobre; um terrorista deve parecer um terrorista e uma manifestação deve parecer um grupo de pessoas a manifestar-se. Todas as personagens e acontecimentos que a televisão apresenta podem ser retratados de outra forma ou a partir de outra perspectiva. As imagens são rigorosamente escolhidas e organizadas para sugerirem aquilo a que se referem. O jornalista José Rodrigues dos Santos, que já fez cobertura *in loco* em vários conflitos armados, particularmente no Médio Oriente, revela, num dos seus livros, alguns aspetos da recriação televisiva de um cenário de guerra:

“Nas areias do deserto arábico vi uma multidão de jornalistas a cercar um punhado de soldados. Nas imagens de televisão, os jornalistas desapareceram e o pequeno grupo de soldados parecia um grande e ameaçador exército. É a metáfora

perfeita para a cisão fundamental da nossa relação com o mundo. Entre o real e a imagem do real estão dois universos diferentes. Estão ambos relacionados, é certo, mas estão os dois, sobretudo, incontornavelmente separados pelo discurso, e este só dá acesso à imagem do real, não ao real. Na verdade, e como insiste Derrida, não há nada fora do texto.” (Santos, 2005: 181).

Sendo as imagens e os sons que a televisão nos apresenta não apenas uma perspectiva limitada devido a uma incapacidade sensorial da tecnologia, mas também uma construção assumida como tal para que o real pareça aquilo que é, a hiper-realidade de que fala Baudrillard parece adequar-se bem ao discurso televisivo. Outros exemplos mais perversos poderiam aqui ser dados. Se aplicarmos esta forma de representar o real a outras questões como, por exemplo, a definição de identidades, podemos facilmente adivinhar as consequências negativas que certas representações podem ter. Se um criminoso tem de parecer um criminoso, toda a sua personalidade enquanto ser humano desaparece. Por outro lado, alguns dos atributos utilizados para representá-lo enquanto criminoso podem facilmente ser transportados para outra pessoa, sem que esta tenha cometido qualquer crime. Os símbolos e os modelos usados para definir identidades têm o efeito perverso de transportar identidades sem transportar personalidades e pessoas. Para agravar essa questão, os próprios indivíduos acabam por recriar-se reflexivamente em função desses modelos e símbolos, legitimando-os enquanto significantes de uma “verdade” construída como tal.

2.2 – Como a televisão “fala”

A agência social da televisão distingue-se das demais pela quantidade de interlocutores de que dispõe. Com efeito, a televisão é um autêntico hiper-comunicador, podendo interagir com milhões de outros agentes em simultâneo. Isto significa que as mensagens transmitidas pela televisão podem facilmente tornar-se tema de discussão pública, assim como aquilo que a televisão apresenta como ‘real’ é passível de tornar-se uma realidade amplamente aceite. Deste modo, a televisão constitui também uma forma de validar informações e acontecimentos, fundamentando-se a si própria como garantia de satisfação de uma necessidade e um direito que ela mesma promove: conhecer o que acontece no mundo ‘real’ e à escala planetária. A ideia de que todas as pessoas devem estar informadas e atualizadas é, afinal, a melhor justificação para a existência da televisão e o que preserva a sua

importância. Desta forma, a televisão frequentemente tenta proclamar-se como um “serviço público”, procurando enfatizar a sua missão de dar a conhecer o mundo real.

O facto de a televisão falar para um personagem imaginário que é o “cidadão médio”, ou então para um representante médio de algum grupo social, favorece a utilização de uma linguagem acessível, geralmente corrente mas não corriqueira, informal mas cuidada. No discurso televisivo destaca-se o uso de slogans, máximas e frases facilmente assimiláveis. O objetivo é traduzir questões complexas e inacessíveis aos leigos, como o resultado de uma experiência científica, os efeitos que determinada bactéria pode ter no organismo humano ou as conclusões de mais uma inconclusiva reunião pela paz no Médio Oriente. O discurso televisivo não abarca as questões, os métodos ou os cálculos que levaram a uma conclusão científica nem as contingências debatidas numa negociação de paz. O que a televisão apresenta é o produto final, embalado e consumível como uma verdade, remetendo para uma caixa negra todo o processo pelo qual ela foi produzida.

Simultaneamente, ou até paradoxalmente, verifica-se uma proliferação de conceitos técnicos e científicos no discurso televisivo, que podem tornar-se palavras de uso corrente, embora nem sempre corretamente compreendidas ou aplicadas. O resultado prático desta conduta é uma espécie de laicização da ciência, promovendo-se formas de conhecimento, conceitos e debates até então apenas ao alcance de elites especializadas. No entanto, as informações que se transmitem acabam por ser superficiais e vagas, mesmo atuando ilusoriamente como conhecimento técnico e científico. O que é fundamental é que estes discursos pareçam ou se assemelhem a um verdadeiro conhecimento científico e que sejam reconhecidos como tal. O linguista alemão Uwe Poerksen designa como *plásticas* certas palavras que, sendo originalmente conceitos ordinários, transferiram-se depois para a ciência, em particular para as ciências humanas, e regressaram de novo à linguagem corrente. As *palavras plásticas* são abstratas e não significam nada de concreto, embora pareçam significar coisas factuais e precisas. Elas atuam como “julgamentos imobilizados” e ajudam a tornar científico o que é normativo. Segundo Richard Stivers (2001: 69), estas palavras são usadas em referência a realidades concretas diversas, mas que não são de todo equivalentes, com o objetivo de oferecer alguma segurança interpretativa sobre as mesmas realidades. O autor também lhes chama “Palavras-Lego”, pois podem misturar-se mais ou menos aleatoriamente para construir slogans, lugares-comuns e

frases que, à primeira vista, parecem fazer sentido. Estas são algumas das palavras que se encontram na lista de Poerksen:

necessidade básica; cuidado; centro; comunicação; consumo; contacto; decisão; desenvolvimento; educação; energia; troca; fator; função; futuro; crescimento; identidade; informação; norma de vida; administração; modelo; modernização; parceiro; planeamento; problema; processo; produção; progresso; projeto; matéria-prima; relação; recurso; papel; serviço; sexualidade; solução; estratégia; estrutura; substância; sistema; tendência; valor; bem-estar; trabalho (in Stivers, 2001: 68)

Outra das características que marca a forma como a televisão fala é a categorização da realidade. O discurso televisivo não é uno, mas sim um universo dividido, com compartimentos próprios para cada género distinto. A categorização da programação televisiva ocorre tanto nos tipos de programas, que podem ser séries, filmes, novelas, noticiários ou concursos, como no carácter dos mesmos, oscilando entre comédias, dramas, fantasia ou registos factuais/ históricos. Nos serviços informativos, a realidade é mesmo categorizada *a priori*, com a indicação, em rodapé, do âmbito da notícia antes da própria ser anunciada. Esta divisão dos conteúdos em géneros e estilos foi uma das primeiras dificuldades que tive de enfrentar para a análise empírica à programação da RTP1 e RTP2. Optei por utilizar diversos tipos de grelhas de análise, consoante o género de programa em questão, para conseguir realçar, de cada um, aquilo que se apresentava como mais relevante. Em primeiro lugar, considerei pertinente dividir a programação televisiva em quatro categorias principais, que definem diferentes modelos de comunicação: publicidade, ficção, entretenimento e informação.

A primeira consequência da categorização da realidade é a equiparação e aglutinação de realidades distintas sob um aparente isomorfismo e uma falsa correlação. Se os modelos de representação do real conduzem já a uma hiper-realidade, a categorização gera categorias-modelo, ainda mais genéricas e abrangentes, pelas quais se constrói um modelo interpretativo do mundo. Através da análise empírica que se segue, procuro examinar de que forma estas categorias-modelo atuam sobre os próprios programas que as constituem e seus conteúdos. Procuro também perceber se estas categorias constroem simulacros com diferentes níveis de ligação à realidade, tal como aparentam, ou se, por outro lado, elas usam apenas estilos e meios diferentes para recriar uma mesma forma de entender o mundo. À partida, um

programa de informação tem um grau de ligação com a verdade superior a um programa de ficção. Esta evidência é, no entanto, discutível. Se ambas as categorias conduzem, afinal, a um mesmo modelo interpretativo, então poderemos afirmar que existe um enquadramento ideológico que as une, o que contraria a hipótese de que a realidade televisiva é constituída por um somatório de discursos diferenciados e independentes.

2.3 – Como a televisão “atua”

A televisão transporta pessoas para junto de pessoas. Através dela, vários rostos e figuras tornam-se célebres e entram no quotidiano de muitos outros indivíduos, a ponto de se criarem quase relações de “proximidade” com esses desconhecidos. Os personagens e as figuras da televisão são tema frequente de conversas sociais e muitas vezes as pessoas referem-se a eles como se realmente os conhecessem. Isto constitui quase uma inversão do “panóptico” de Michel Foucault (1997). Em vez de poucos a vigiar muitos, a televisão fornece um mecanismo sinóptico, em que muitos podem ver, vigiar e controlar a vida de poucos. Mas nem só de celebridades vive a televisão. É também frequente, e cada vez mais, os cidadãos anónimos serem convidados a participar nos programas de televisão, seja para opinarem, para tentarem ganhar dinheiro ou mesmo para exporem publicamente a sua intimidade.

Bauman considera que “os corredores entre o privado e o público foram escancarados, a linha que outrora separava os dois espaços foi eliminada e o processo longo e inconclusivo da sua renegociação foi posto em marcha” (Bauman, 2002: 199). A televisão tem vindo a apostar na exploração de situações reais de vida, invadindo a privacidade das pessoas e tornando pública a sua intimidade; na maior parte dos casos, isto acontece com total consentimento por parte das pessoas envolvidas. Tendencialmente, os cidadãos anónimos que são convidados a partilhar episódios da sua vida trazem a público histórias trágicas e dramáticas, relacionadas com doenças, más condições de vida ou crimes de que foram vítimas. Por outro lado, as celebridades e as figuras públicas falam geralmente das suas vidas amorosas, carreira profissional, projetos de futuro e atividades de lazer; porém, notícias trágicas relacionadas com alguma celebridade ou escândalos sexuais envolvendo figuras públicas são também um prato que a televisão não se importa de servir. A questão que deverá colocar-se é por que razão a vida privada das pessoas passou a fazer parte do interesse público.

A ideia de Ulrich Beck (1992) de que a Modernidade reflexiva *oferece soluções biográficas para contradições sistêmicas* parece aplicar-se na perfeição a esta lógica. Por um lado, as histórias de vida e a partilha da intimidade promovem uma identificação do público com as personagens que são vistas na televisão. Torna-se mais fácil perceber os outros enquanto pessoas quando estes se apresentam como tal, com dramas, com problemas e com dificuldades reais que são, ou podem vir a ser, sentidas pelo próprio espectador. Por outro lado, as vidas das personagens televisivas fornecem também um conjunto de exemplos, soluções, maneiras de agir e atitudes que podem servir para os espectadores aplicarem nas suas próprias vidas. As estruturas sociais e culturais que a televisão vê e apreende atuam, assim, como mecanismos estruturantes para os seus espectadores. A partir delas, os indivíduos podem redefinir-se e alterar algumas das suas práticas, assimilando comportamentos e valores que partem de outrem. Esta possibilidade de os espectadores se tornarem progressivamente naquilo que vêem foi já apontada por vários pensadores como um dos perigos inerentes à televisão, podendo servir para transformar a democracia numa *Sociedade do Espetáculo*:

“A alienação do espectador em proveito do objeto contemplado (que é o resultado da sua própria atividade inconsciente) exprime-se assim: quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos ele compreende a sua própria existência e o seu próprio desejo. A exterioridade do espetáculo em relação ao homem que age aparece nisto, os seus próprios gestos já não são seus, mas de um outro que lhes apresenta. (...) O homem separado do seu produto produz cada vez mais poderosamente todos os detalhes do seu mundo e, assim, encontra-se cada vez mais separado do seu mundo. Quanto mais a sua vida é agora seu produto, tanto mais ele está separado da sua vida.” (Debord, 2005: 24)

Karl Popper e John Condry (2007) olham também a televisão como um mecanismo com grandes responsabilidades na educação das massas. Popper afirma mesmo que a televisão constitui um “processo de educação de alcance gigantesco” (Condry and Popper, 2007: 26) e, como tal, deve ser regulado e controlado, de forma a que não se torne um “perigo” para a democracia. O debate entre estes dois autores prende-se com a dificuldade de conjugar a democracia e a liberdade de expressão com a censura e a regulação dos meios de comunicação social. Porém, há outra questão que pode ser aqui levantada: serão os espectadores receptáculos passivos e dóceis das

informações que a televisão transmite? Mesmo sem querer direcionar a minha análise para a perspectiva do receptor, esta é uma hipótese que rejeito à partida. Os interlocutores da televisão são diversificados, como são diversas as formas de receber e lidar com a informação que se recebe. No entanto, apesar das resistências e da variação que existe nas formas de entender o produto televisivo, há sempre mensagens estruturantes que passam para o público.

Neste ponto, gostaria de fazer uma distinção entre dois tipos de mensagem veiculados pela televisão: as mensagens racionais ou estruturadas e as mensagens subconscientes ou estruturantes. As primeiras reportam-se a acontecimentos ou factos reais, no que respeita à categoria da informação, assim como ao enredo e às problemáticas centrais no caso de programas de ficção. Neste tipo de mensagem entram também as histórias de vida, as opiniões de especialistas ou leigos, os dados científicos ou históricos e os conselhos sobre modos de vida saudáveis ou práticas ecológicas. Todas estas mensagens apontam à racionalidade do espectador, que pode aceitá-las ou não e, racionalmente, decidir se estas são ou não verdadeiras. Porém, as mensagens estruturantes atuam muito mais no subconsciente e não são tão facilmente perceptíveis, o que leva os espectadores a “baixarem as defesas” e a assimilarem-nas sem grandes barreiras. Estas mensagens passam pela maneira de falar (dicção, sotaque, expressões), de vestir e de agir dos personagens da televisão; pela reprodução de estereótipos (caracterização e personagens e tipos de personagens, particularmente na ficção), pela utilização de conceitos científicos ou técnicos que não são totalmente compreendidos, mas que conferem uma aura de cientificidade ao discurso ou mesmo pela promoção de uma determinada forma de “ver” o mundo (impondo a visão e a audição como formas dominantes). Todas estas mensagens acabam por ser absorvidas pelos espectadores sem que estes as racionalizem ou delas tenham consciência.

Outra das ações estruturantes do discurso televisivo é a transformação da realidade numa sucessão de acontecimentos. Frequentemente o senso comum indica-nos que vivemos na “era da informação”, mas o significado desta informação raramente é discutido. Na televisão, a informação consiste numa torrente contínua de acontecimentos, aparentemente desligados uns dos outros, num ritmo que não permite um real aprofundamento ou compreensão de cada um deles. Como nos diz Bauman, “... os média reciclaram o mundo como uma sucessão de *acontecimentos*. Não importa a ordem em que se sucedem os acontecimentos: ao Mundial de Futebol pode

seguir-se a morte da princesa Diana, que pode por sua vez ser seguida pelas idiosincrasias eróticas de Bill Clinton, a que pode seguir o bombardeamento aéreo da Sérvia seguido pelas inundações em Moçambique. A ordem podia facilmente ser invertida ou remodelada: a ordem não interessa verdadeiramente, dado que não está implicada uma conexão causal ou lógica: pelo contrário, a casualidade e a aleatoriedade da sucessão transmite a contingência incontrolável do mundo – *quod erat demonstrandum* [*Conforme se queira demonstrar. (N. T.)]. O que realmente interessa e é realmente determinante, é cada acontecimento ser forte o suficiente para atrair os cabeçalhos, e contudo todos os acontecimentos desaparecem dos cabeçalhos antes de arrefecerem.” [itálicos do autor] (Bauman, 2002: 209)

Mais relevante do que os acontecimentos em si, que deveriam ser o foco da informação, é a forma como estes são apresentados, que define o modelo informativo que se pretende impor. Os acontecimentos, que se inserem nas mensagens racionais, são preferencialmente fortes e marcantes, capazes de arrebatam a atenção do público. Porém, a sua importância é relativa. O que fica da informação televisiva é que o mundo está em permanente mudança e essa é a mensagem estruturante que se passa ao público. Esta mudança não é, também, um dado adquirido: a grande maioria dos acontecimentos não altera significativamente a vida das pessoas nem tem potencial para transformar o mundo. Os acontecimentos são consumidos momentaneamente e esgotam-se em si mesmos. A preocupação que sentimos perante a crise, os dramas que vivemos quando uma determinada cidade do outro lado do mundo é destruída por um sismo ou a revolta perante mais uma violação dos direitos humanos desaparecem no minuto seguinte, assim que descobrimos que o nosso clube de futebol ganhou ou quando alguém nos dá um sábio conselho sobre como poupar eletricidade e proteger o ambiente, até porque, entretanto, se deu hipoteticamente um novo passo para descobrir a cura para o cancro!

Capítulo 3: Análise de conteúdo da televisão pública portuguesa (RTP1 e RTP2)

O trabalho empírico que aqui apresento é o resultado de vários meses de análise da programação televisiva dos dois canais generalistas da Rádio Televisão Portuguesa (RTP1 e RTP2), repartidos em duas fases distintas: (1^a) visionamento pormenorizado da programação diária de cada um dos canais, abrangendo todos os dias da semana, num total de 14 dias, com um registo descritivo dos conteúdos, convidados e outros participantes; (2^a) construção de categorias de análise e tratamento estatístico dos dados, agrupando os dados empíricos em géneros e categorias, com vista a permitir perceber quais os temas dominantes nos diversos tipos de programa e de quem provém a maioria dos discursos apresentados na televisão.

Na primeira fase, tive necessidade de recorrer a um dos serviços disponibilizados pelo operador de televisão por cabo de que disponho, que me permitiu gravar na íntegra a programação diária de cada um dos canais. Devido às limitações do próprio serviço, que tinha uma capacidade máxima de armazenamento de três dias de gravação, tive de alterar o meu plano original, que era analisar uma semana consecutiva de cada canal. Visto que tal não foi possível, optei por alternar os dias de gravação entre os dois canais, de modo a que cada um fosse registado nos sete dias da semana. Embora não fosse esta a ideia original, fiquei satisfeito por ter sido levado a esta solução, já que, desta forma, aumentei a amplitude do período registado (19 de Dezembro de 2010 a 14 de Fevereiro de 2011), impedindo que ficasse limitado aos acontecimentos e eventos de uma só semana.

Também devido às limitações a nível de espaço de armazenamento, mas sobretudo porque considerei desnecessário, acabei por não gravar as 24 horas de emissão diária, limitando-me a cerca de 21 horas por dia. Em ambos os canais, começava a gravação na hora definida como início da programação diária (06h30min - RTP1; 07h00min - RTP2), terminando às 04h00min da madrugada seguinte. Isto porque, nesse período, a RTP1 transmite um espaço dedicado exclusivamente à publicidade (Televentas), sendo que alguns destes anúncios são apenas uma expansão de outros, mais curtos, que passam durante o dia e que foram analisados nesse período. Por seu lado, a RTP2 dedica esse período a um serviço informativo (*Euronews*) que repete as suas notícias a cada meia hora, sucedendo-lhe a repetição de programas transmitidos ao longo do dia.

O registo descritivo de cada programa seguiu diferentes modelos, adaptados ao tipo de programa e às informações mais pertinentes que dele se poderiam retirar. As diferentes grelhas de análise que apliquei dividem-se em: noticiários; ficção (filmes, séries ou novelas); magazines e documentários; *talk-show's*; publicidade. Foram registados cuidadosamente os horários de início e conclusão de cada programa, assim como os períodos de intervalo. Além dos temas abordados, registei também todos os convidados, entrevistados e performers que surgiam nos programas, identificando-os pela sua ocupação ou atividade profissional. Os cinco principais tipos de participante, cada um com várias sub-categorias, foram divididos entre: políticos nacionais; políticos internacionais; sociedade civil; especialistas; cidadãos anónimos e/ ou leigos.

A segunda fase desta análise constituiu um trabalho essencialmente estatístico, mas também com uma componente interpretativa forte. As categorias de análise são porosas e permeáveis e a própria televisão acaba por desestabilizá-las. Um discurso ou uma conversa nunca se limita apenas a um tema e, para este tipo de análise, é fundamental avaliar o peso que cada tema tem num determinado discurso. Uma notícia, por exemplo, pode focar essencialmente a situação económica do país, mas será redutor classificá-la apenas com o rótulo “economia”, quando, nessa mesma notícia, fala-se de política, sociedade, crise, personalidades, mercados, relações internacionais ou mesmo de manifestações públicas. No entanto, nem tudo o que é mencionado na notícia tem o mesmo relevo ou significância para a sua compreensão. Neste sentido, é necessário fazer escolhas e definir quais os temas que mais se adequam para a catalogação da notícia.

Para as diferentes categorias de programas foram, também aqui, definidas estratégias de classificação ligeiramente diferentes. Nos noticiários, cada notícia foi rotulada com um ou mais tópicos, sendo por isso a unidade de referência para a definição dos principais temas os tópicos que foram registados. Nos programas de ficção, os temas abordados distinguem-se bastante dos que preenchem os serviços noticiosos, focando principalmente relações interpessoais. Da mesma forma, os programas de animação infantil obrigaram à construção de novas categorias e à valorização de certos aspectos que não fariam sentido quando aplicados a outro tipo de programa. Os magazines, *talk-show's* e documentários foram classificados com os mesmos temas aplicados aos noticiários; porém, visto que a estrutura destes programas não passa por unidades diferenciadas, como as notícias, a forma de

classificar a relevância de cada tema teve também de ser diferente. Neste caso, além de uma análise interpretativa do discurso, que passa por critérios subjetivos e qualitativos, tive de aplicar, a cada programa, a dimensão temporal, valorizando a relevância dos temas consoante a duração do programa. Para a análise da publicidade, por sua vez, apostei em dois tipos de abordagem: uma mais quantitativa, preocupada com o número de referências a marcas e produtos e outra qualitativa, procurando associar tipos de mensagens e personagens a tipos de produtos. Outro dos aspetos que procurei ter em conta foi que períodos do dia (manhã, tarde ou noite) são mais propícios para publicitar certos produtos.

Em suma, apesar de todo o rigor matemático e estatístico que procurei aplicar, nenhum dos valores que aqui apresento pode ser considerado exato. As categorias e os dados que demonstro são meramente indicativos e, com outros critérios de análise, ou mesmo outra interpretação semântica, os resultados poderiam ser diferentes. Porém, penso que esta leitura, sendo uma de outras possíveis, obedece a critérios rigorosos e coerentes e é, por isso, totalmente válida. Como já referi anteriormente, a televisão estrutura a realidade em diversas categorias. Para melhor interpretar o(s) seu(s) discurso(s), achei que o melhor caminho era utilizar a mesma estratégia e procurar caracterizar cada um das categorias de acordo com os seus princípios.

3.1 – Publicidade

A publicidade é a categoria que ocupa menor espaço de tempo na programação semanal, no somatório dos dois canais [ver Tabelas 1 e 2], totalizando 41h08min (12%) das 336 horas da amostra. Porém, este valor deve-se, essencialmente, à RTP2, onde o tempo destinado à publicidade é escasso, além de se destinar exclusivamente a publicidade institucional. Se tivermos em conta apenas a RTP1, a publicidade atinge um valor considerável, com um tempo de emissão semelhante ao total da ficção (36h22min), rondando os 22% da programação total deste canal. Para estes números contribui de forma acentuada (18h46min) o espaço diário destinado exclusivamente à publicidade: as Televentas. O restante tempo de emissão publicitária é ocupado por anúncios a marcas e produtos e também à publicidade institucional, que engloba a promoção de programas da RTP, eventos e espetáculos (muitos deles patrocinados ou apoiados pela RTP) e também mensagens cívicas ou campanhas de solidariedade.

A publicidade é o império da imagem, das máximas e da magia. Recria um mundo imaginário, mas que só se torna eficaz se tiver algumas ligações com o mundo real. Esses elementos reais são garantidos em parte pela utilização de conceitos ou fórmulas técnico-científicos, assim como das palavras plásticas. A “magia” necessária para que a publicidade funcione deve-se em grande parte ao recurso à tecnologia e à ciência. É muito frequente [ver Quadro I] a utilização de expressões e conceitos como *cientificamente comprovado, 60% mais volume, 100% mais brilho, elimina 99,9% das bactérias, tecnologia micro-híbrida, zero emissões de CO2 ou hidratante e energizante*. Além disso, é frequente a referência a teste científicos (ou pseudo-científicos) que comprovam a qualidade dos produtos, como derramar um copo cheio de água numa fralda, demonstrando a sua absorvência ou comparar duas camisolas lavadas com detergente diferentes, para provar que um remove as nódoas melhor do que o outro.

Não se espera que os conceitos técnicos e científicos utilizados na publicidade sejam totalmente compreendidos ou compreensíveis. No entanto, para aqueles que não fazem ideia de que forma as inovações tecnológicas apresentadas atuam, a própria publicidade fornece explicações credíveis ou, pelo menos, plausíveis, que passam pela utilização de gráficos de eficácia, animações computadorizadas que demonstram a atuação de algumas micro-partículas ou mesmo especialistas (geralmente atores e não pessoas “reais”) que garantem a eficiência dos produtos. As inovações tecnológicas ou os princípios científicos que possibilitam a obtenção dos produtos nunca são realmente revelados; eles são remetidos para uma “caixa negra” cujo invólucro são os conceitos científicos ou aparentemente científicos – já que expressões como “100% mais brilho” não podem ser consideradas verdadeiramente científicas nem significam coisa alguma – que o público não domina nem compreende. A explicação que é fornecida aos consumidores é uma espécie de discurso científico para leigos, que não procura demonstrar como as coisas funcionam, mas sim validar informações pelo recurso à autoridade da ciência.

As vantagens associadas à ciência e à tecnologia não se limitam, porém, à eficácia ou eficiência dos produtos; estas são ainda a garantia de uma vida melhor e mais saudável. A ideia de que certos produtos “fazem bem à saúde” ou que “são amigos do ambiente” encontra-se frequentemente no discurso publicitário, em particular nos produtos alimentares, mas também em relação a tecnologias poluentes, como os automóveis. Os casos dos iogurtes e dos sumos parecem-me particularmente

interessantes, pois muitas vezes são publicitados como autênticos medicamentos. O que é associado ao produto, seja um iogurte ou outros, não é o produto em si nem as características a ele inerentes (cheiro, sabor, textura, etc.), mas sim a ideia de que aquele iogurte ajuda a melhorar a nossa saúde. O que garante e confirma esta relação mágica entre o iogurte e a saúde é a ciência. Basta a sua invocação para que uma relação aparentemente irracional e mágica, como o facto de um iogurte tornar as pessoas mais saudáveis, se torne credível ou plausível. Daí a importância dos conceitos técnicos e científicos para a publicidade, já que eles tornam o irracional e o mágico num outro tipo de discurso, vinculado à tecnologia e ao conhecimento científico.

Mesmo que os anúncios publicitários não sejam entendidos como totalmente reais, os elementos de ligação ao real permitem perceber a mensagem. Certamente que ninguém acreditará, racionalmente, que belos anjos femininos vão cair do céu quando um jovem se pulveriza com um determinado desodorizante (referência a um dos anúncios analisados), mas, simultaneamente, transmite-se a ideia socialmente aceite de que estar perfumado e bem cheiroso ajuda a despertar o interesse sexual e que esse produto pode contribuir para esse fim. Da mesma forma, pretende-se fazer crer que um carro pode tornar-nos mais apelativos sexualmente e mais livres, os cereais do pequeno-almoço podem tornar-nos mais saudáveis, o novo lava-loiça pode tornar a nossa vida mais simples e um refrigerante pode fazer-nos divertir com os amigos. As principais mensagens que se encontram na publicidade da televisão passam por: sucesso sexual, saúde, beleza, prestígio social, desafogo económico, liberdade e originalidade. Tudo isto se encontra nos objetos publicitados, desenvolvidos pela tecnociência, seja ela cosmética, mecânica, alimentar, económica ou outra, para melhorar a vida das pessoas.

A publicidade visa primeiramente informar acerca da existência de um produto. Num segundo nível, “a publicidade influencia e, para fazê-lo, seduz, dramatiza, espetaculariza e, muitas vezes, manipula. Torna a mensagem agradável ou impressionante. Em resumo: a publicidade faz tudo para que a própria mensagem se repercuta no produto. Uma mensagem que por si só seja agradável ou atrativa suscitará a atração para o produto.” (Breton, 2001: 58). A questão que Philippe Breton levanta n’ *A Palavra Manipulada* é se existirá um terceiro nível, que se prende com mensagens dissimuladas e sub-reptícias. O autor refere um estudo do sociólogo americano Stuart Ewen acerca do início da publicidade moderna nos Estados Unidos,

principalmente na década de 1920, cujas conclusões são francamente favoráveis à tese das mensagens dissimuladas:

“Vemos, pois, (...) que a publicidade pode ter uma influência mais global. O tema da «unidade nacional», tão presente nos Estados Unidos, que nos anos 20 enfrentaram sucessivas vagas de imigração, seria sem dúvida substituído nos nossos dias – a avaliar pelo tom da publicidade atual – pela afirmação do caráter multiétnico da realidade social. De facto, a publicidade pode muito bem basear-se numa sensibilidade dominante para tornar mais legítimos os produtos que propõe. É esse um dos velhos recursos do convencer. Mas, ao fazê-lo, reforça essa sensibilidade – fabricando, portanto, de certo modo, um consenso.” (*idem*: 58, 59)

Se questionarmos quais as mensagens dissimuladas que podemos encontrar na publicidade atual da televisão portuguesa, tendo por base a amostra em questão, a “afirmação do caráter multiétnico da realidade social” não será um dela, certamente. Na verdade, a presença de representantes de grupos étnicos diferentes dos caucasianos é rara ou mesmo nula na publicidade televisiva. Apenas num anúncio a uma cadeia de supermercados verifiquei a presença de uma cidadã negra, numa posição sem qualquer destaque, inserida num vasto grupo de funcionários da empresa. Esta única exceção não disfarça uma clara falta de representatividade da população portuguesa, que é, presentemente, bastante diversificada étnica e culturalmente. Da mesma forma, as classes sociais mais baixas estão também ausentes dos anúncios publicitários. Os personagens que preenchem os anúncios aparentam pertencer a uma classe média alta desafogada, ou mesmo a uma classe alta e abastada. As exceções encontram-se sobretudo na publicidade a supermercados, em que a mensagem principal passa pela garantia de “preços baixos”, o que acaba por invocar as pessoas que vivem com mais dificuldades económicas. Nestes anúncios, os personagens raramente exibem sinais de riqueza ou de ostentação, embora não revelem também sinais evidentes de pobreza.

As mensagens dissimuladas da publicidade transportam e reproduzem vários preconceitos e estereótipos sociais que se mantêm desde longa data. Um deles é o papel de “donas de casa”, invariavelmente atribuído às mulheres. As publicidades a produtos de limpeza ou quaisquer anúncios que invoquem as tarefas domésticas ligadas a fazer compras, tratar dos filhos ou limpar a casa têm quase sempre mulheres como principais protagonistas. Estas não seguem o modelo de “mulheres de vassoura e avental”; geralmente, mostram o ar determinado e resoluto das mulheres emancipadas

e com carreiras profissionais próprias, até porque vários produtos apresentam como virtude ajudarem a realizar as atividades demoradas mais depressa. No entanto, a mensagem latente é que as mulheres, mesmo emancipadas, continuam a ser as principais responsáveis pelas tarefas domésticas. Algumas dessas mulheres preocupadas com as tarefas domésticas e com os cuidados em relação ao lar são mesmo figuras públicas e exemplos de sucesso no feminino, maioritariamente por terem conseguido carreiras profissionais na televisão. Aliás, este é outro dos aspetos interessantes da publicidade televisiva: as figuras que a própria televisão tornou públicas e reconhecidas atuam depois como figuras de autoridade e exemplos a seguir no universo da publicidade. Nesta amostra [ver Quadro I], há vários exemplos disso mesmo.

Outro dos preconceitos dissimulados na publicidade prende-se com a idade e com a imagem. A grande maioria dos anúncios tem como protagonistas indivíduos jovens e belos, mesmo quando se trata de publicitar produtos tendencialmente destinados a pessoas de meia idade ou idosas, como, por exemplo, os cremes anti-rugas. As pessoas de meia idade aparecem principalmente nos anúncios que pretendem reproduzir o conceito de família. Ainda assim, as personagens de meia idade têm geralmente um aspecto jovial e uma imagem atraente... embora a relatividade dos gostos deixe sempre espaço a objeções, a publicidade parece realmente determinada a eliminar os feios da sua realidade! Quanto aos idosos, aparecem quase exclusivamente quando se trata de produtos destinados a compensar alguma disfunção, como é o caso das fraldas para adultos ou dos aparelhos auditivos. Os mais velhos são assim relegados para um patamar de inferioridade, tornando-se visíveis apenas no que toca às suas limitações fisiológicas ou sensoriais.

É ainda de realçar a oposição entre Modernidade e tradição que está latente na publicidade. Por norma, os produtos tecnológicos que oferecem algum tipo de inovação apresentam-se como “modernos”, mais “eficazes” e “futuristas”, promovendo assim uma divisão hierárquica alicerçada no tempo, sendo o mais novo superior ao mais antigo e o futuro superior ao passado. Esta mensagem encontra-se particularmente evidente nos anúncios de alguns operadores de multimédia, que descrevem a fibra óptica como o caminho para a “televisão do futuro”, numa clara valorização desse mesmo futuro fornecido pela tecnologia. Por outro lado, os produtos alimentares recorrem muitas vezes a conceitos como “tradicional” ou “artesanal” para se valorizarem. O modelo de produção tradicional parece não se

conjugar bem com os produtos tecnológicos, mas, quando aplicado à alimentação, este age como garantia de autenticidade e de qualidade. Ou seja, embora a tradição não esteja sempre numa posição de inferioridade face à Modernidade, a oposição entre os dois conceitos parece inquestionável, o que promove a ideia de corte com o passado que fundamenta a própria Modernidade [ver Capítulo 1.2].

Sendo claro que não constrói simulacros perfeitos do real, a publicidade ergue, pelo menos, um modelo do real em que a ciência e a tecnologia, acessíveis a todos através do consumo, assumem um papel fundamental e credível na melhoria dos modos de vida. Mais importante que as relações diretas e lineares, que ligam um produto a um efeito, são as mensagens dissimuladas, que atuam de forma subconsciente e estruturante. Um dos pilares que sustenta a publicidade é a crença constantemente inculcada de que a ciência e a técnica contribuem decisivamente para a melhoria das condições de vida das pessoas, e que, sem elas, tudo seria mais difícil. Mesmo que não leve a crer que um iogurte faz as pessoas parecerem *top-models*, a publicidade promove dissimuladamente a ideia de que a ciência é capaz de ajudar a melhorar a saúde, as poupanças e a aparência de toda a gente. Para tal é necessário consumir, o que democratiza e generaliza o acesso a estes bens. Sucesso sexual, saúde, beleza, prestígio social, desafogo económico, liberdade e originalidade deixam de ser privilégios de elites e passam a ser acessíveis através do consumo de mercadorias.

Relativamente aos dados mais quantitativos, parece-me importante destacar o predomínio dos hipermercados (309 registos) e dos operadores de multimédia (242). Juntos, estes dois tipos de produtos somam cerca de 35% do total de anúncios. Os produtos alimentares surgem na terceira posição [ver tabelas 6 e 8], com 171 registos, número para o qual muito contribuem os anúncios a iogurtes (82) que, curiosamente, pertencem todos à mesma marca. Números significativos atingem também os anúncios a automóveis (130), perfumes (112) e produtos de higiene pessoal (108). Se somarmos estes dois últimos com os cosméticos (86), obtemos a relevante marca de 306 registos relativos a produtos que se destinam a promover a higiene e a beleza corporal. Parece-me pertinente destacar que os anúncios a perfumes (excluindo desodorizantes e ambientadores) foram contabilizados quase totalmente nos dois dias que antecederam o Natal (19 e 21 de Dezembro), sendo que apenas um registo se verificou posteriormente [ver Tabelas 6.1 a 6.14]. A variação de género não é aqui relevante, embora seja talvez surpreendente que os perfumes para homem (42) sejam

ligeiramente mais publicitados que os perfumes para mulher (37); os anúncios a perfumes para ambos os sexos totalizam 21 registos. Inversamente aos perfumes, todos os anúncios de automóveis foram registados após a quadra natalícia, com maior incidência a partir de meados de Janeiro.

O período da noite, também porque abrange um período maior de tempo (08h00min, contra as 07h00min da tarde e as 06h30min da manhã) é quando a maioria dos produtos é mais vezes publicitada [ver Tabela 8]. Os exemplos mais evidentes disso são os hipermercados, os automóveis e as agências financeiras (bancos e seguradoras). Porém, verificam-se algumas exceções, como os operadores de multimédia, os produtos alimentares ou as tecnologias de uso doméstico, que optam preferencialmente pelo período da tarde para emitirem os seus anúncios. Os produtos de beleza e cosméticos são o único tipo de produto que apresenta um maior número de registos na parte da manhã. Por imposição legal, as bebidas alcoólicas apenas podem ser publicitadas a partir das 22h30min, o que restringe o número de anúncios a estes produtos. No entanto, é assinalável que, ainda assim, as bebidas alcoólicas conseguem situar-se no quinto lugar dos produtos mais anunciados durante a noite.

Quanto às marcas mais publicitadas, a cadeia de hipermercados *Continente* destaca-se da concorrência, somando 109 registos. A TMN (*Telecomunicações Móveis Nacionais*), que oferece serviços tanto de internet como de telemóvel, surge na segunda posição, com 89. A *Danone*, sendo a única marca de iogurtes que tem anúncios na televisão, completa o pódio, com 82 registos. Seguem-se o *Modelo* (76) e o *Pingo Doce* (51), confirmando o domínio dos hipermercados na publicidade televisiva. O *Jumbo* surge um pouco atrás, com apenas 44 registos. A *Meo* (50) domina o duelo de operadores de multimédia tendo a *ZON* (37) como único rival. Em relação aos automóveis, a *Peugeot* destaca-se claramente dos rivais, com 47 registos, deixando o segundo lugar da *Citröen* (20) a uma distância ainda considerável. É preciso ter em conta, contudo, que estes números referem-se apenas aos números de anúncios publicitários de cada marca e não à duração de cada um. Uma análise do tempo de publicidade que cada marca ocupa poderia fornecer resultados ligeiramente diferentes destes. Como curiosidade, gostaria de acrescentar que o grupo *Sonae* (*Continente* + *Modelo* + *Worten* + *Cartão Multimarcas* + *Optimus*) totaliza 274 registos, o que equivale a 17,2% do total. Por sua vez, o grupo *Portugal Telecom* (*TMN* + *PT* + *Meo*), contabiliza

9,3% do total, o que equivale a 148 registos. Juntos, estes dois grupos económicos dispõem de mais de 26% dos anúncios televisivos da televisão pública portuguesa.

3.2 – Informação

A informação ocupa uma parte substancial da programação televisiva, sendo a segunda categoria com mais tempo de emissão em ambos os canais e também no somatório dos dois [ver Tabela 2]. O tempo total de 98h38min corresponde a 29% da programação semanal, repartidos entre as 43h04min da RTP1 e as 55h34min da RTP2. Porém, o tipo de informação dominante é diferente nos dois canais. Na RTP1, a grande maioria (38h30min) dos espaços informativos são noticiários, enquanto a RTP2 privilegia os documentários e os magazines como formas de informação dominantes, perfazendo um total de 28h51min. A maior parte do tempo informativo da RTP1 situa-se nas manhãs, devido à longa duração dos noticiários que abrem a emissão e que se mantém no ar até cerca das 10h00min. Quanto à RTP2, a esmagadora maioria dos serviços informativos (31h52min) é emitida a partir das 21h00min, o que se deve sobretudo aos noticiários (*Euronews*) e à repetição de programas informativos pela noite dentro. No período compreendido entre as 20h00min e as 00h00min, quando a televisão obtém maiores audiências, a informação ocupa um lugar de destaque em ambos os canais, sendo superada apenas por uma diferença mínima [ver Tabela 3] pelo entretenimento (RTP1) e pela ficção (RTP2). Durante o fim-de-semana, as tendências mantêm-se, sendo que a nota de maior destaque é o substancial aumento da informação nas manhãs da RTP2 [ver Tabelas 4 e 5].

Nesta secção, não irei analisar os conteúdos de todos os programas informativos, mas apenas dos noticiários. As razões para fazê-lo prendem-se com a aproximação progressiva entre informação e entretenimento. Os magazines, talk-show's e documentários oscilam muitas vezes entre a informação e o entretenimento, sendo necessário um certo juízo de valor e uma análise cuidada à forma como certas informações são transmitidas para que se possa categorizar cada um desses programas. Os modelos de análise destes tipos de programas, mesmo daqueles que são claramente informativos, aproximam-se mais entre si do que com o modelo dos noticiários, pelo que abordarei os seus conteúdos na secção seguinte, dedicada ao entretenimento. As diferenças entre informação e entretenimento prendem-se amiúde com pequenas nuances ou variações na forma de abordar as questões. Enquanto o

entretenimento transmite informações menos vinculativas e mais dependentes de interpretações e/ ou opiniões, muitas vezes de cidadãos anónimos ou leigos, os programas de informação procuram validar conhecimentos e transmitir ideias precisas, recorrendo a discursos de especialistas e a estudos científicos. Performances musicais ou artísticas, concursos, competições desportivas e programas de humor serão sempre aqui tratados como entretenimento.

A informação distingue-se das demais categorias pelo seu grau de ligação à realidade. Enquanto outros programas só precisam de algumas verdades ou partes de verdades, os programas de informação, em particular os noticiários, têm de assumir-se como a realidade verdadeira, aquilo que verdadeiramente é real. Para isso são necessários certos signos que façam entender que existe ali uma fronteira entre o mundo fictício e o mundo real. O primeiro desses signos é o relógio em contagem decrescente, marcando a hora certa, e ao segundo. Antes ainda do início dos noticiários verifica-se uma espécie de preâmbulo, destacando-se as principais notícias que serão ali abordadas. Segue-se um curto genérico, sem grandes arranjos, onde aparece uma imagem do globo em movimento de rotação, significando que o que se vai ver diz respeito a todo o mundo e está constantemente atualizado e sempre em movimento. Depois de um pequeno anúncio publicitário que indica o patrocínio (apenas RTP1), aparece o apresentador, formalmente vestido, expressão grave, e diz, num tom afável, mas sério: “Boa Noite”. Toda esta introdução é necessária para tornar o ambiente mais solene e respeitoso, e como tal, mais credível.

De imediato, começam a circular as notícias em rodapé, devidamente distribuídas por categorias como: nacional, internacional, sociedade, economia, saúde, ciência, desporto ou cultura. Os tipos de informação que surgem no écran, enquanto o pivô apresenta as notícias, variam um pouco entre os noticiários. A maioria coloca em legenda, sobre o rodapé, a notícia que está a ser apresentada, mas nem todos o fazem. Alguns fornecem os serviços de um tradutor para linguagem gestual no canto superior direito. O *Euronews* não tem um apresentador, mas sim um narrador; nos noticiários da RTP1 os apresentadores estão geralmente sentados, enquanto que na RTP2 estão de pé. Alguns noticiários colocam em legenda informações sobre o trânsito nas principais cidades portuguesas e sobre o estado do tempo em várias cidades do mundo. O que é comum a quase todos é a presença de um relógio que marca a hora oficial, que atua como um poderoso símbolo de exatidão, rigor e simultaneidade.

Para classificar os conteúdos dos programas de informação, assim como os de entretenimento, foram definidos vinte temas, subdivididos em vários tópicos [ver Quadro 2]. No caso dos noticiários, cada notícia foi catalogada com os vários tópicos que abrange. Já nos restantes programas de informação, à semelhança do entretenimento, a relevância de cada tema foi avaliada tendo em conta o seu peso dentro do respectivo programa. Os temas e os tópicos que aqui utilizo foram frequentemente redefinidos ao longo da análise, na tentativa de reduzir ambiguidades e explicitar melhor ao que se refere cada tema. No Quadro 3, por sua vez, encontram-se tipificados os intervenientes nos programas, cujos discursos são projetados pela televisão. Além dos convidados, que são chamados para falar em estúdio e, como tal, têm um estatuto privilegiado e distinto, os discursos podem ser apresentados a partir de entrevistas diretas, comícios, conferências de imprensa ou mesmo em manifestações públicas, quando se ouvem comentários provenientes de uma multidão anónima ou de alguém que aparece em segundo plano.

O Tema I – Contexto Político, Económico e Social – é, de uma forma clara e previsível, o tema que abrange a maioria dos tópicos abordados nos noticiários [ver Tabelas 13 e 14]. O carácter generalista dos tópicos “Sociedade”, “Política nacional” e “Economia” coloca-os, com grande destaque, nas três primeiras posições dos tópicos mais referidos. O carácter generalista e abrangente deste tema não diminui, porém, a enorme relevância que é dada ao contexto político, económico e social que o país atravessa. No entanto, é importante ter em conta que as categorias “economia” e “sociedade” transcendem as fronteiras nacionais, ao contrário da política, que aparece dividida entre política interna e externa. Se somarmos a política exclusivamente nacional com todas as referências à política internacional, obtemos um somatório de 518 registos, o que torna a política, destacadamente, o tema dominante nos noticiários televisivos. Na verdade, política, economia e sociedade são tópicos que, geralmente, surgem associados uns aos outros e torna-se difícil ou mesmo impossível falar de economia sem falar de política e abordar a política económica sem mencionar as implicações que a mesma tem para a sociedade. Da mesma forma, qualquer referência a atos eleitorais (no caso específico, as Eleições Presidenciais que ocorreram em Portugal em Janeiro de 2011) constitui simultaneamente um registo de política interna.

Em quarto lugar dos tópicos mais referidos surge o futebol! As 256 referências ao “desporto-rei” confirmam o seu reinado face a todas as outras modalidades, que

apenas totalizam umas modestas 76 referências. Esta diferença abissal é apenas um pouco esbatida pelo noticiário europeu “Euronews” que, apesar de também dar maior destaque ao futebol [ver Tabela 11.3], reparte o seu protagonismo com outras modalidades (33 – 36). O destaque que se dá ao futebol nos noticiários portugueses indica bem a centralidade deste desporto na vida social portuguesa. A terceira posição do tema “desporto” no ranking por temas é, assim, enganadora. Desporto, em Portugal, é o futebol, sendo as outras modalidades tratadas como meros acessórios ou notas de rodapé. Ainda assim, os noticiários onde o futebol merece maior destaque são os matinais [Tabela 11.2], já que o *Jornal da Tarde*, o *Telejornal* e os noticiários *Hoje*, da RTP2, dão menos destaque ao desporto e remetem-no, preferencialmente, para a parte final da emissão, desclassificando-o assim um pouco na ordem de importância.

O segundo tema mais referido nos noticiários é a crise e os conflitos sociais, que alberga o quinto (*crise*) e o sétimo (*manifestações*) tópicos mais registados, além de *conflitos* e *violência*, que traduzem situações mais extremas. Poderá eventualmente pensar-se que este tema é meramente contextual e que se deve a circunstâncias de ordem político-social extraordinárias e passageiras, como a crise económica internacional ou as revoltas populares que marcaram o início de 2011 no Norte de África. Porém, desde que tenho memória e na condição de mero espectador, sempre recorro a crise e as manifestações como temas dominantes nos noticiários, pelo que dificilmente estes dados se tratarão apenas de uma coincidência. As “crises” a que me refiro não se limitam a concepções macroeconómicas, mas englobam também situações pontuais que provocam caos e desordem social, como, por exemplo, a ‘crise do transportes’ que marcou o mês de Dezembro de 2010, provocada pelo encerramento de vários aeroportos europeus devido ao mau tempo.

O Top-10 dos temas mais referidos completa-se com Política Externa e Relações Internacionais (281), Riscos e Acidentes (246), Mercados e Empreendedorismo (221), Justiça e Crimes (183), Culturas, Lugares e Atividades (165), Ciência e Tecnologia (129) e Personalidades e Histórias de Vida (129). Será importante tecer algumas considerações sobre cada um destes temas:

- A Política Externa e as Relações Internacionais reforçam a ideia de que a política e os movimentos sociais são cada vez mais globais e interdependentes. A maioria das notícias que se inserem neste tema reporta situações de instabilidade, transformação social, revoltas populares ou ameaças de conflito entre nações. Sem que algo de

“anormal” aconteça, a política internacional tem pouco destaque e limita-se, geralmente, a negociações político-económicas entre países da União Europeia.

- Notícias sobre riscos, acidentes, desastres naturais ou histórias de sobrevivência promovem um estado de insegurança permanente e invocam a efemeridade da vida. Porém, associados aos riscos ou aos acontecimentos trágicos surgem, geralmente, conselhos de segurança ou explicações técnico-científicas sobre o que correu mal, transmitindo-se assim a ideia que os acidentes nascem de erros que, se não forem repetidos, reduzem os riscos a níveis mínimos. Daí que o tema 10 – Mecanismos de Segurança e de Proteção Civil – poderia também ser integrado nesta contabilidade, pois estes mecanismos estão intimamente relacionados com os riscos. As histórias de sobrevivência a desastres constituem um exemplo de como a determinação e a resiliência individuais podem contrariar falhas sistémicas.

- Mercados e Empreendedorismo é um tema que, além de referir-se a empresas, agências e instituições financeiras nacionais e internacionais, promove um determinado sistema financeiro alicerçado nos valores do mercado livre e da inovação. As grandes marcas e os grandes negócios merecem particular interesse, mas também é frequente apresentarem-se pequenas ou médias empresas de sucesso, como um incentivo ao investimento privado e à aposta na exportação.

- As notícias que dão conta da ocorrência de crimes, violentos ou não, ou de processos jurídicos que estão a decorrer, atuam de um modo semelhante ao tema dos riscos e acidentes. Por um lado, promove-se a insegurança e o medo existencial; por outro, valorizam-se os mecanismos legais característicos de um estado de direito.

- O tema “Culturas, Lugares e Atividades” dá conta de particularidades locais, regionais ou históricas relacionadas com práticas, eventos ou atividades. Este é o tema que mais procura estabelecer ligações entre a informação e o mundo “tradicional”. Feiras, romarias, artesanato, gastronomia, turismo e lazer são os principais eventos que se encontram neste tema, que não deve ser confundido com as “Artes e Letras”. Estas notícias encontram-se principalmente no *Portugal em Direto* [ver Tabela 11.7], um noticiário mais vocacionado para notícias locais ou regionais.

- Recentes descobertas ou novos estudos nas áreas científicas, assim como informações sobre características ou funcionalidades de novas tecnologias, são também um tema recorrente nos noticiários. O somatório total deste tema é, no entanto,

inflacionado pelas informações meteorológicas, que parecem indispensáveis a qualquer serviço informativo e que atuam também como garantia da utilidade da Ciência.

- Notícias sobre celebridades e figuras públicas, de diferentes áreas, figuram frequentemente nos jornais televisivos. Muitas vezes essas notícias reportam apenas algumas curiosidades sobre as vidas pessoais ou profissionais dos envolvidos, ou a sua participação em algum evento público. Contudo, o falecimento dessas pessoas célebres costuma ser garantia total de notícia televisiva. Além disso, nesta categoria entram também histórias ou experiências de vida partilhadas por cidadãos anónimas, através das quais se pretende dar a conhecer uma determinada realidade social. Apesar da sua regularidade, este tema costuma também ser relegado para o final dos noticiários.

Quanto aos discursos dominantes nos noticiários [ver Quadro 3 e Tabela 12], verifica-se uma enorme preponderância dos especialistas (620 registos, no total) sobre os leigos e cidadãos anónimos (278) ou representantes da sociedade civil (178). Porém, os políticos têm também grande protagonismo, totalizando 463 discursos, dos quais 136 são de políticos estrangeiros ou internacionais (como deputados europeus, por exemplo). Dentro dos políticos nacionais, o maior destaque vai para os deputados ou representantes de partidos com assento na Assembleia da República (135), sendo que é também nesta categoria que se insere o único convidado em estúdio ligado à política. De resto, entre os convidados, conta-se ainda um só representante de uma instituição de solidariedade, sendo todos os outros (62) classificados e apresentados como especialistas. Estes são sobretudo jornalistas especializados em algum tema (22), que atuam como analistas, ou cientistas (21), que procuram traduzir para os leigos alguns conhecimentos ou estudos recentes. Os profissionais de saúde, em particular médicos, são também presença regular nos estúdios dos noticiários, totalizando nove registos. É de salientar que o é no *Bom Dia Portugal* (Tabela 12.2) que mais se aposta nos convidados em estúdio, o que se justifica pela larga duração deste serviço informativo.

Por último, resta-me salientar a distribuição geográfica das notícias. Embora a grande maioria da informação se confine ao território português, as notícias sobre os restantes países do mundo não seguem uma distribuição uniforme [Tabelas 11 e 15]. O Egito é claramente o país mais vezes mencionado (136), o que pode justificar-se, isto sim, por razões puramente contextuais, já que em Janeiro e Fevereiro de 2011 a cidade do Cairo estava em ebulição com as manifestações populares que fizeram cair o presidente Mubarak. Em segundo lugar surgem os Estados Unidos da América (EUA),

que foram mencionados 83 vezes, deixando a União Europeia (56), o Reino Unido (40), a Espanha (26) e a França (18) a alguma distância. Notícias referentes à “Europa”, não enquanto organização política e económica mas enquanto unidade geográfica, totalizam 30 registos. O total de referências ao continente, organizações internacionais ou países europeus, excluindo Portugal, é de 242 registos, sendo destacadamente o continente com maior relevância. O continente americano totaliza 136 registos, repartidos entre os 84 da América do Norte e os 52 da América Central e do Sul. África e Ásia têm pouco destaque, se excluirmos o Médio Oriente e os países árabes.

Se pensarmos o mundo de um ponto de vista geoestratégico ou em termos culturais, é de realçar que os países árabes, quiçá a maior fonte de oposição cultural, ideológica e política ao Ocidente, surgem na segunda posição no mapa de referências (207), aproximando-se mesmo da Europa. Por sua vez, os países anglófonos ou com forte influência cultural anglo-saxónica (EUA; Reino Unido; Canadá e Austrália) surgem na terceira posição, com 140 registos. É também de realçar que as ex-colónias portuguesas atingem a marca de 49 registos, sendo 33 deles referentes aos Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa. A Europa de Leste, englobando os países que faziam parte da antiga União Soviética, têm um destaque bem menor que a Europa ocidental, somando apenas 34 registos. Se retirarmos das contas os países árabes e as ex-colónias portuguesas, Ásia e África, juntas, contam apenas com 51 referências. Esta distribuição indica de forma evidente onde se localizam os acontecimentos que a informação televisiva considera importantes para a sociedade portuguesa.

3.3 – Entretenimento

Como referi na secção anterior, o entretenimento e a informação cada vez mais se confundem. Os programas de entretenimento abrangem um leque variado de temas e contribuem para aquilo que o senso comum designa como “cultura geral”, tentando amiúde validar certos conhecimentos através de discursos de especialistas. O que distingue a informação do entretenimento é, muitas vezes, o carácter e o objetivo dos programas. Enquanto a informação assume um forte compromisso com a “verdade”, o entretenimento visa, essencialmente, abrir portas à participação dos cidadãos e leigos nos programas televisivos. No entanto, como o próprio nome indica, esta categoria engloba também certos conteúdos que têm como principal objetivo entreter os espectadores, como performances musicais, momentos de humor, dicas culinárias ou

transmissões desportivas. Quanto aos concursos, que também se inserem nesta categoria, reproduzem um dos mitos do mundo moderno: qualquer pessoa poderá enriquecer, ou pelo menos ganhar algum dinheiro facilmente, se souber aproveitar as oportunidades e o seu potencial. Desta forma, os concursos ajudam também a promover a televisão enquanto serviço público.

O entretenimento é a categoria dominante na RTP1, onde totaliza 51h36min semanais e mantém o seu domínio quer durante a semana, quer ao fim-de-semana, quer no período compreendido entre as 20h00min e as 00h00min [Tabelas 2 a 5]. Porém, no que respeita à RTP2, o entretenimento tem uma relevância menor, somando apenas 39h21min, que o afastam dos valores da ficção e da informação. Isto significa, em primeiro lugar, que os documentários, magazines e *talk-show's* em que a RTP2 aposta têm um carácter, por norma, mais informativo que os da RTP1. É também na RTP2 que se encontram todas as transmissões desportivas desta amostra, e todas elas durante o fim-de-semana. Desde que a RTP perdeu os direitos de transmissão dos jogos da Liga Portuguesa de futebol, no último ano, as únicas transmissões desportivas que se encontram na RTP1 são escassos jogos de futebol, da Liga dos Campeões Europeus ou da Seleção Nacional. Estes jogos parecem, assim, ser considerados de maior interesse público do que os demais eventos desportivos.

Visto que os tipos de programas aqui tratados oscilam entre a informação e o entretenimento, variando apenas no estilo e na forma e não tanto a nível de conteúdo, a análise que se segue engloba programas de ambas as categorias. Refira-se que, para a análise de conteúdo destes programas, não foram contabilizadas as referências a cada tema (descritos no Quadro 2) mas sim a relevância dos mesmos dentro de cada programa. Além disso, foi definida uma escala temporal, tendo em conta a duração dos programas, com o objetivo de dar uma imagem mais aproximada da relevância de cada tema dentro da programação diária. A Tabela 16 fornece várias informações sobre cada programa analisado, demonstrando a diversidade de géneros e estilos que se misturam nesta secção, o que pode provocar algum decréscimo do rigor analítico. No entanto, parece-me que, a partir destes dados, poderá construir-se uma imagem geral dos temas que dominam a televisão portuguesa dentro destas categorias. Será também interessante comparar as informações que se transmitem nestes tipos de programas com aquelas veiculadas pelos noticiários.

Uma das ilações mais imediatas que podemos retirar, quando observamos as Tabelas 17 e 19, é a clara distinção a nível de foco temático entre a RTP1 e a RTP2. Na RTP1, os programas de entretenimento/ informação dedicam-se maioritariamente às Artes e Letras, que alcançam uma pontuação de 242, face aos 146 pontos que este mesmo tema atinge na RTP2. Além disso, o tipo de referências a este tema é substancialmente diferente nos dois canais. A RTP1 direciona-se principalmente para a música, através de performances de convidados que animam os programas em estúdio e em direto. Mesmo no concurso *Quem quer ser Milionário*, que desafia a cultura geral dos concorrentes, a música é um tema recorrente, tanto nas perguntas como nas conversas com o apresentador. Ambos os canais transmitiram também, neste período, um concerto musical ao vivo, o que confere à música um lugar de destaque entre as Artes e Letras. Porém, a RTP2 mostra-se muito mais eclética neste campo, focando também a literatura, o cinema ou as artes plásticas mais regularmente. De resto, na RTP2, são raras as performances ao vivo, abordando-se as artes de um ponto de vista mais teórico ou discursivo, muitas vezes a partir de conversas com os artistas.

O contexto político, económico e social, tema que domina claramente os noticiários, surge apenas na quarta posição no que se refere ao entretenimento da RTP1. Porém, na RTP2, talvez pelo carácter mais informativo dos magazines, documentários e *talk-show's* que exhibe, este tema mantém-se no topo da relevância, com um total de 204 pontos, o que contribui bastante para o total de 359 pontos e respectivo terceiro lugar no somatório dos dois canais. Isto significa que, embora as discussões e informações sobre o panorama político, económico e social tenham o seu espaço privilegiado nos noticiários, estas também se encontram noutros tipos de programa de informação e mesmo de entretenimento. As conversas e os debates, muitas vezes em tom informal, que são utilizadas na abordagem a estes assuntos fora dos noticiários, atuam como uma espécie de cimento conceptual, fornecendo novas abordagens sobre os temas e garantindo a solidificação da sua relevância.

Embora a vantagem em relação às artes e letras seja mínima, o tema que alcança a maior pontuação no somatório dos dois canais é “Culturas, Lugares e Atividades”. Sendo um tema abrangente, nem por isso se encontra nos lugares de topo no que respeita aos noticiários. Porém, ao nível do entretenimento e mesmo numa perspectiva da informação que não segue o modelo da “sucessão de acontecimentos”, as referências a identidades culturais, modos de vida, práticas, tradições, eventos

locais, atividades recreativas ou curiosidades geográficas e históricas têm um grande destaque na programação televisiva. A sua distribuição é também mais ou menos uniforme entre os dois canais, já que este é um tema bastante adaptável a vários tipos de programa. Este tema tem ainda a virtude de realizar o principal objetivo do entretenimento, que é aproximar a sociedade da televisão, tal como as “Personalidades e Histórias de Vida”, que surgem também destacadas em termos de relevância, atingindo um valor superior a trezentos (341) no somatório dos dois canais.

Já a alguma distância destes quatro principais temas surge a “Saúde e Medicina” (163), que visa transmitir conselhos sobre práticas saudáveis e alguma informação médica aos públicos leigos. “Mercados e Empreendedorismo”, com 151 registos, promove, também aqui, o modelo económico-financeiro capitalista, publicitando marcas e produtos e fornecendo vários exemplos de sucesso empresarial. Os media e as estratégias de comunicação, focando sobretudo os novos meios de comunicação social, merecem também destaque nesta secção, com uma pontuação de 130. A solidariedade e a educação cívica, por sua vez, atingem a pontuação de 114, mas são um tema mais localizado, encontrando-se principalmente nos *talk-show’s*. Dentro deste tema encaixam-se os apelos a uma maior participação cívica por parte das pessoas, como os incentivos ao voluntariado, ou campanhas de solidariedade para um determinado fim, que passam muitas vezes por pedidos de contribuições monetárias. Este tipo de mensagens, que também se encontram regularmente na publicidade institucional [ver Tabela 7], conferem à televisão um papel importante na valorização da sociedade civil e na educação social. A ciência e a tecnologia (88) encontram-se preferencialmente na RTP2, em particular nos documentários e/ ou magazines. Estes visam transmitir informações sobre desenvolvimentos no campo das ciências, que são invariavelmente apresentados como mais-valias e inovações, com vista a facilitar e melhorar as vidas das pessoas. O Top-10 dos temas com maior destaque dentro do entretenimento completa-se com o “desporto” (87), que consegue este lugar, essencialmente, devido aos fins-de-semana da RTP2.

Relativamente aos discursos proferidos nestes tipos de programas, podemos verificar [Tabela 20] que provêm maioritariamente de dois grupos, bastante destacados: os artistas (pessoas ligadas às artes e letras) e os cidadãos que participam voluntariamente em programas de televisão. Ambos estes grupos aparecem sobretudo nos *talk-show’s*, com os segundos a destacarem-se também nos concursos. Se

juntarmos aos participantes anónimos outros discursos de cidadãos comuns, recolhido, por exemplo, em entrevistas de rua, obtemos um total de 310 intervenções de cidadãos anónimos e/ ou leigos [Tabela 18]. Este número é bastante considerável e demonstra bem a tentativa de aproximação entre televisão e público, promovida pelo entretenimento. No entanto, este valor está ainda distante do somatório das intervenções de especialistas (697), que demonstram as suas competências, conhecimentos ou capacidades tanto a nível discursivo como através de performances. Entre os especialistas, os artistas são claramente dominantes (252), mas há outros destaques, como os jornalistas (64), economistas (53), profissionais de saúde (50), desportistas (45) ou cientistas (41).

Os representantes da sociedade civil aparecem aqui em menor número (132), embora os representantes de associações tenham algum protagonismo, com 69 aparições, 19 das quais de membros de associações de solidariedade. Outro dado relevante é a fraca participação de políticos nestes géneros televisivos. Enquanto nos noticiários os políticos detêm grande parte dos discursos, aqui totalizam apenas 81, no somatório de políticos nacionais e internacionais. Se nos concentrarmos apenas nos convidados, ou seja, nos discursos proferidos em estúdio, verificamos que estes são muito mais frequentes na RTP1 do que na RTP2, mas seguem tendencialmente a lógica distributiva da totalidade dos discursos. É de notar que os profissionais de saúde ascendem ao terceiro lugar na lista dos convidados em estúdio, com um total de 22 presenças no somatório dos dois canais. Esta presença regular de especialistas na área da saúde em programas de entretenimento confere um relevo particular tanto à medicina e aos cuidados de saúde como à própria atividade profissional dos médicos e de outros especialistas na área, que afirmam assim uma posição de prestígio social.

3.4 – Ficção

A ficção é o verdadeiro universo do hiper-real. Os programas que se inserem nesta categoria tentam recriar o mundo tal como ele é, partindo de modelos da realidade. Normalmente, focam aquilo que é entendido como a realidade quotidiana e os problemas atuais, ligados tanto a questões macro-sociais como a assuntos individuais e contextuais. A utilização dos modelos do real na ficção tem duas funções: a primeira é promover uma identificação dos espectadores com as personagens e com situações vividas. Através dos elementos reais, o espectador pode identificar-se com algumas personagens ou fazer analogias entre situações da sua vida e as situações

simuladas no écran. Em segundo lugar, estes modelos têm uma função educativa, fornecendo às pessoas mecanismos de resposta a essas mesmas situações, através do exemplo dos personagens fictícios. Estes podem ser bons ou maus, heróis ou vilões, mas todos atuam como catalisadores de mensagens comportamentais ou morais.

Tal como a publicidade, a ficção recria um mundo que não deve ser entendido como 'real', embora sejam reais os valores que se transmitem e que se procuram inculcar. Os modelos que se utilizam só fazem sentido quando aplicados no 'mundo real' e só podem ser eficazes se estiverem minimamente relacionados com ele. Enquanto a publicidade atua numa lógica de ter ou não ter (é bom consumir, não é bom não consumir), a ficção fornece um quadro bem mais detalhado do que são os comportamentos e as condutas corretas, que devem ser imitadas, e as erradas, que devem ser evitadas. As mensagens subliminares e os códigos de valores que estão latentes na ficção não são muito diferentes dos da publicidade. A ficção televisiva vive muito na dicotomia recompensa/ castigo, assumindo um carácter quase religioso e moralizador, em que os "bons" são recompensados e os "maus" são punidos.

A ficção atua ainda como um amplificador semântico, fornecendo elementos que permitem definir ou transformar conceitos. Pegando num exemplo abundante no universo do cinema, foi a ficção cinematográfica e televisiva que projetou uma ou várias imagens daquilo que poderá ser uma forma de vida extraterrestre. Desde a simpática e comovente criatura de Spielberg (*E.T.*) até ao tenebroso monstro imaginado por Giger (*Alien*), passando pelos insetos viscosos dos *Homens de Negro* ou pelos seres altos e esguios que transtornavam o agente Mulder (*Ficheiros Secretos*), a ficção forneceu várias hipóteses para aquilo que pode ser o aspecto de um ser de outra galáxia, gerando na mente de milhões um conceito de algo que nunca ninguém teve o privilégio e avistar (pelo menos, que se saiba). A capacidade de a ficção gerar ou definir conceitos não se limita a coisas, pessoas ou grupos sociais, mas também se estende a autênticas *paisagens* visuais e auditivas que muitos nunca tiveram oportunidade de conhecer, como cenários de guerra, grandes quedas de água, favelas sul-americanas, florestas tropicais, cidades europeias na época medieval ou mesmo o planeta Terra visto do espaço. Todos estes conceitos são muitas vezes alicerçados naquilo que a ficção produz e, como tal, esta contribui grandemente para o entendimento do mundo 'real', mesmo que esse mundo seja muitas vezes construído em estúdio.

Na televisão portuguesa, a ficção assume o primeiro lugar ao nível de tempo de emissão no somatório dos dois canais. Porém, este valor é um pouco ilusório, pois deve-se, essencialmente, a um género muito específico de ficção, que é a animação infantil, que ocupa cerca de nove horas diárias da programação semanal (de segunda a sexta-feira) da RTP2. Assim, o tempo dedicado à animação infantil (52h37min), no somatório dos dois canais, é cerca de metade do tempo total da ficção (105h17min). Na RTP1, o tempo dedicado à ficção seria inferior ao da publicidade se lhe retirássemos as 02h46min de animação infantil que ocupam o início das manhãs dos fins-de-semana. Porém, é este canal que mais tempo destina aos filmes (23h24min), em particular à noite, enquanto a RTP2, para além da já referida animação infantil, opta preferencialmente por séries de ficção (10h12min). A RTP1 é ainda o único dos dois canais que transmite novelas, durante as tardes de segunda a sexta-feira (05h15min) e apostou também numa ocasional peça de teatro. Por sua vez, a RTP2, entre os dois canais, tem o exclusivo das curtas-metragens, embora estas tenham um escasso tempo de transmissão - 01h40min, exatamente o mesmo tempo da peça de teatro da RTP1.

Em relação aos tipos de programa, podemos dizer que se verifica um empate (17) entre filmes e episódios de séries [ver Tabela 23], pois o tele-filme e a mini-série que estão aqui registados seguem um modelo muito semelhante aos dos filmes, tanto a nível de duração, como de forma, como do lugar que ocupam na grelha de programas. As novelas totalizam seis registos, mas o normal deveria ser apenas cinco, já que a lógica de um episódio por cada dia de semana foi quebrada devido ao final de uma novela e começo de outra, na tentativa de fidelizar espectadores. Apenas dois espaços destinados a curtas-metragens foram registados e, como já referi, só uma peça de teatro foi transmitida. Esta está contabilizada como ficção e não como entretenimento pois refere-se à recriação de uma história de vida (no caso, da cantora Edith Piaf), com uma lógica sequencial e inspirada por factos verídicos; certas modalidades teatrais, como espetáculos de variedades, seriam certamente registados como entretenimento.

Na Tabela 24 podemos verificar que o estilo dominante entre os programas de ficção é o drama, que totaliza 24 registos. Os géneros “Romance” (19), “Comédia” (17), “Suspense/ Thriller” (10) e “Policial” (9) merecem também destaque, visto que todos os outros estilos são registados menos de quatro vezes. Refira-se que as comédias são muito mais frequentes nas séries do que nos filmes. É também de realçar que 60% dos programas de ficção (26) são originários dos Estados Unidos da América.

O Brasil surge na segunda posição, mas apenas com os seis registos, relativos às novelas, enquanto que apenas cinco destes programas são feitos em Portugal. O Reino Unido consegue dois registos; por sua vez, Itália, Moçambique, Cabo Verde e Espanha aparecem com apenas um programa [ver Tabela 22].

Quanto aos temas preferenciais da ficção televisiva, são os relacionamentos amorosos, particularmente os mais complexos e problemáticos, que dominam os enredos, assumindo-se como um dos temas centrais em 22 dos 43 programas de ficção registados. As paixões intensas, traições, ciúmes e dúvidas amorosas parecem ser, realmente, o fundamento de grande parte da ficção, sobretudo da RTPI. Em segundo lugar, já a alguma distância, surgem os crimes violentos. Sendo este um tópico poucas vezes referido nos noticiários [ver Tabela 11], perdendo para outros tipos de crimes, financeiros ou ligados à corrupção, os crimes violentos recuperam algum destaque em alguns programas de entretenimento, sobretudo os *talk-show's* matinais da RTPI e, sobretudo, na ficção, onde aparecem em 14 programas como um dos temas centrais. Este registo justifica também o elevado número de policiais que a televisão transmite. Aliás, a investigação criminal surge logo no terceiro lugar, com nove registos, entre os temas mais vezes registados. A vingança, muitas vezes violenta, também se relaciona, de alguma forma, com estas temáticas e aparece com cinco registos. Em suma, são as relações amorosas, por um lado e a criminalidade violenta, por outro, que dominam a ficção televisiva.

Outro dado curioso prende-se com os tipos de personagem que a ficção escolhe como figuras centrais [Tabela 26]. Em 30 dos programas, os personagens principais eram adultos jovens ou de meia idade, solteiros ou divorciados, ou seja, vivendo sozinhos e de uma forma independente. Talvez para compensar um pouco esta imagem, as relações familiares totalizam seis registos no ranking dos temas, ao passo que as reflexões existencialistas em torno do indivíduo surgem por quatro vezes. É de salientar também que a grande maioria dos programas de ficção (25) elege como protagonistas membros da classe alta e pessoas claramente abastadas. Estes dois personagens-tipo reproduzem o perfil ideal do cidadão moderno: livre, independente, rico ou desafogado, relativamente jovem e socialmente respeitado. A estas características, as personagens principais costumam juntar uma competência acima da média no desempenho dos seus cargos profissionais. O destaque que se dá aos crimes e à investigação criminal é também aqui notório, já que os polícias ou investigadores

(9) e os criminosos (8) totalizam 17 aparições, às quais se juntam algumas pessoas mentalmente perturbadas e com desejos de vingança. Porém, as personagens que exibem maiores perturbações mentais (10) encontram-se, sobretudo, em comédias.

No que respeita à animação infantil, há que dizer que é um género de programa que obedece a critérios muito próprios e específicos, pelo que não vou tratá-lo aqui aprofundadamente. Para um pequeno esboço dessa análise, procurei definir categorias próprias para este género de ficção, tanto a nível de temas [Quadro 4] como de personagens [Quadro 5]. Com base nelas, podemos verificar, na Tabela 28, que as mensagens educativas do ponto de vista de relacionamento interpessoal e moral são o principal tema da animação infantil. O carácter educacional deste género, que visa fornecer novos mecanismos semânticos e conceptuais às crianças, conduz ainda à aposta na exploração e defesa da natureza, em conhecimentos técnico-científicos básicos, na promoção de atividades físicas e brincadeiras que permitem um maior alargamento vocabular, fomentam o interesse pelas artes e pelo desporto e despertam a vontade de explorar e conhecer alguns aspetos de diferentes culturas e lugares.

Parte III

Capítulo 4: A agência social da Televisão enquanto veículo da Modernidade

“Pode ser que nos guie uma ilusão, a consciência, porém, é que nos não guia.” (Fernando Pessoa)

Na primeira parte desta dissertação procurei definir em termos gerais quais são as principais linhas ideológicas que definem o projeto da Modernidade, desde os seus fundamentos até à sua fase mais atual, definida como *pós-modernidade*, *modernidade líquida* ou *modernidade reflexiva*, dependendo do autor ou dos aspetos que se queiram valorizar. Na segunda parte, comecei por caracterizar a agência social da televisão, explicando e justificando a forma como esta é aqui abordada. Em seguida, procurei expor de uma maneira clara as conclusões, derivadas do meu trabalho empírico, que me pareceram mais pertinentes e relevantes para as questões que estão aqui a ser discutidas. Nesta terceira parte, tentarei fazer uma síntese dos capítulos anteriores, na tentativa de verificar a hipótese central deste ensaio: será a realidade televisiva uma forma de legitimar um conjunto de crenças, práticas e maneiras de ver o mundo que derivam do quadro ideológico da Modernidade?

Com o objetivo de testar essa hipótese, colocarei em confronto a realidade televisiva e alguns dos pilares ideológicos do mundo moderno, procurando estabelecer ou rejeitar paralelismos entre ambas as construções. Os indicadores que escolho para esta comparação baseiam-se na prévia discussão teórica do Capítulo 1, assim como na análise de conteúdo que se encontra no Capítulo 3. Procurarei não me afastar dos resultados da análise empírica que aqui apresento; no entanto, quando falamos de televisão, existe já um conhecimento construído *a priori*, que provem da experiência individual acumulada ao longo de vários anos de visionamento televisivo. Nesse sentido, é possível que algumas das ideias que aqui apresento não passem exclusivamente pelos resultados desta amostra, mas que contenham em si algumas das opiniões e formatações que necessariamente fui construindo na perspectiva de telespectador. Por outro lado, a minha formação enquanto estudante de ciências sociais conduz-me também para certas direções. Espero, no entanto, conseguir

demonstrar, através dos dados teóricos e empíricos com que estou a trabalhar, a validade das inferências que aqui apresento.

4.1 – Ciência e Tecnologia

A crença na ciência e na tecnologia como garantia de um futuro melhor para o ser humano é, claramente, um dos pilares da Modernidade. Do senso comum aos discursos dos especialistas, passando pelos políticos ou pelos manuais escolares, a tecnociência é apontada não só como indispensável ao desenvolvimento, mas também como o principal responsável pela alteração dos modos de vida e pela definição de cada época histórica. Designações como “idade da pedra”, “idade do bronze”, “era industrial ou pós-industrial”, “era espacial” ou mesmo “aldeia global” indicam a preponderância que se atribui ao domínio da tecnologia para a caracterização de qualquer período histórico. Também algumas correntes etnográficas, como o difusionismo, procuraram classificar povos e etnias a partir da sua cultura material e das suas tecnologias. Ainda hoje, o nível de desenvolvimento de cada país é atribuído não só pelo seu poderio económico, mas também pela sua capacidade tecnológica e científica. De certa forma, estes dois sectores acabam por ser indissociáveis, pois apenas os países que detêm capacidade económica e financeira para tal é que podem investir no desenvolvimento técnico e científico.

A importância atribuída ao desenvolvimento tecnológico para a classificação do nível de desenvolvimento geral de um país ou civilização assume um carácter materialista e evolucionista. Por um lado, consideram-se os materiais e os meios de produção como os principais impulsionadores do progresso e o motor da história. Por outro, traça-se uma espécie de linha evolutiva ascendente, unindo um passado remoto e longínquo a um futuro que não conhece limites, onde se inscrevem os diferentes estágios de desenvolvimento tecnológico. Nesta lógica de organização temporal, o futuro é sempre apresentado como superior ao passado e, na realidade televisiva, isto não é exceção. Os programas dedicados à ciência e à tecnologia de ponta raramente olham para o passado e o presente é, essencialmente, utilizado para perceber como será o futuro. Seja em que área científica for, a Modernidade define o futuro como progresso e inovação e as civilizações humanas serão tão mais desenvolvidas quanto mais perto estiverem desse futuro imaginário. Neste sentido, pode dizer-se que os filmes de ficção científica (praticamente inexistentes nesta amostra, saliente-se) são quase uma antecâmara da ciência, fornecendo indícios desse horizonte tecnológico.

Apesar de todos os aspetos positivos e de ser apresentada, quase invariavelmente, como algo benéfico, a ciência é entendida também como uma fonte de riscos que deve ser regulada. Não é apenas na obra de pensadores da ciência e da Modernidade, como Ulrich Beck, que se encontra a ideia de que o desenvolvimento tecnológico acarreta riscos. Mesmo do interior das ciências naturais surgem muitas vezes alertas para eventuais malefícios de uma evolução tecnológica descontrolada. Os ambientalistas há muito que vêm alertando para a necessidade de se enveredar por um *desenvolvimento sustentável*, tendo esse discurso passado para o campo político até tornar-se tema central de grandes cimeiras internacionais. Aliás, tem sido evidente o crescimento eleitoral dos partidos ecologistas, um pouco por toda a Europa, o que revela uma preocupação crescente, no seio da sociedade, com os riscos ambientais ou tecnológicos. As próprias indústrias acabam por adotar este discurso, tendo tornado comum, nas suas estratégias publicitárias, as referências a produtos “amigos do ambiente”, “não poluentes” ou “ecológicos”. A publicidade televisiva ajuda a confirmar esta tendência, particularmente nos anúncios da indústria automóvel, que procura explorar os benefícios ambientais que as suas inovações tecnológicas trazem.

Tal como sugere Beck (1992), a tecnociência produz cada vez mais tecnologias com vista a diminuir o risco associado às tecnologias já existentes, num processo contínuo de produção e reprodução de riscos. A ciência e a tecnologia são assim apontadas como a solução para os problemas que elas próprias produzem e as modificações tecnológicas que as indústrias introduzem, com vista ao tal “desenvolvimento sustentável”, indicam isso mesmo. A ciência é considerada essencial para prever desastres naturais, descobrir curas para epidemias, criar sistemas de defesa que previnam ataques terroristas, construir automóveis mais seguros, tornar as pessoas felizes, levando-as a emagrecer sem sacrifícios ou desmistificar erros históricos grosseiros, que partiam de formas de conhecimento não científicas e, como tal, classificadas como erróneas ou falsas. Em suma, a ciência moderna apresenta-se como uma necessidade básica da civilização humana, tornando a nossa vida mais simples, saudável e segura, de tal forma que se dá a entender que, sem ela, a vida seria mais curta, mais difícil e com muito menos conforto.

Na realidade televisiva, a ciência assume-se como o ponto mais alto da evolução humana, que permitirá, num futuro próximo, ser ela a indicar o rumo da humanidade e não o contrário. O entusiasmo com que se fala das mais recentes e inovadoras

descobertas no campo da genética, por exemplo, deixam entrever um futuro humano sem doenças nem deficiências incapacitantes, mesmo que raramente se procure discutir ou colocar alguns entraves do foro ético e moral. Os desenvolvimentos tecnológicos e científicos mais recentes, assim como as previsões sobre as próximas conquistas a alcançar, surgem na televisão na forma de notícias ou, sobretudo na RTP2, inseridos em documentários especializados e dedicados a uma área científica específica. Neste tipo de programas, são os aspetos técnicos e as potenciais aplicações dos mesmos que estão em evidência, promovendo-se a utilidade de tais conhecimentos. As implicações negativas ou os efeitos colaterais das novas descobertas raramente são discutidos, assim como questões de ordem filosófica ou ética. Desta forma, a inovação científica apresenta-se quase como um fim em si mesmo, em vez de um meio para atingir objetivos sociais ou coletivos.

Embora a ciência e a tecnologia não sejam um dos temas com maior destaque nos noticiários, a sua importância faz-se sentir em todas as categorias de programas, muitas vezes de forma diluída ou camuflada. Tanto ao nível dos noticiários como dos restantes programas de informação e entretenimento, os valores referentes ao tema “Ciência e Tecnologia” aumentariam imenso se lhes juntássemos outros temas relacionados, como “Saúde e Medicina”, que é, efetivamente, uma área científica, “Riscos e Acidentes”, “Comunicação e Media” ou “Ecologia e Ambiente”, todos eles direta ou indiretamente relacionados com a tecnociência. Na publicidade, como já foi referido, a linguagem científica e a inovação tecnológica são apresentadas como mais-valias e garantias de qualidade. Por sua vez, na ficção, as frequentes séries e filmes sobre investigação criminal reproduzem a ideia de que a tecnociência é fundamental para a nossa segurança. Os detetives e investigadores forenses, retratados nestes programas, utilizam mecanismos cada vez mais sofisticados para combater o crime e descobrir os criminosos que, da mesma forma, também dispõem de recursos tecnológicos evoluídos. Duas mensagens podem retirar-se deste modelo: em primeiro lugar, a tecnologia é neutra, podendo ser usada com bons ou maus propósitos pelas pessoas; em segundo lugar, transmite-se a ideia de que só pela tecnologia é que se pode combater os malefícios e os riscos tecnológicos.

Outro dos indícios da relevância da ciência na realidade televisiva é o insistente recurso aos discursos de especialistas na informação e no entretenimento. É certo que nem todos estes especialistas são técnicos ou cientistas, mas estes são presença

assídua no que respeita a comentários, explicações ou análises, sobretudo enquanto convidados. Médicos, técnicos ou outros cientistas são uma presença regular em estúdio, destacando-se de outros tipos de convidados no que toca à informação. Além disso, a tendência para se valorizar os discursos de especialistas, de qualquer área, é já sintomática de uma forma de entender o conhecimento como um somatório de diferentes tipos de saberes. No entanto, creio que as preocupações de Luhmann (1995) relativamente à especialização de saberes não se aplicam totalmente à realidade televisiva. Em vez da dificuldade de comunicação entre as diferentes áreas do conhecimento, que caracteriza os debates entre especialistas, a televisão coloca, normalmente, os especialistas a falar para os leigos. A impossibilidade de uma compreensão perfeita de parte a parte, neste caso, é compensada pela autoridade dos especialistas, que optam por simplificar as conclusões dos trabalhos científicos, de forma a serem compreendidas. O processo de produção de verdades pode ficar fechado numa caixa negra, mas estas continuam a atuar como verdades.

4.2 – Democracia e Laicismo

Outro dos pilares da Modernidade é, indiscutivelmente, a defesa da democracia como único sistema de organização político-social válido. A famosa máxima de Winston Churchill - “A democracia é o pior de todos os sistemas com exceção de todos os outros” - parece ter-se tornado uma forma de pensar dominante no seio do mundo moderno. Por democracia entenda-se um sistema político alicerçado no direito ao voto e ao sufrágio universal, na divisão de poderes e na sua alternância, no princípio de que todos os cidadãos são iguais por nascimento e, como tal, devem usufruir dos mesmos direitos. Os fundamentos ideológicos deste sistema encontram-se na época do iluminismo e na Revolução Francesa, em que os valores da liberdade, igualdade e fraternidade se assumiram como os princípios orientadores da sociedade. A nova ordem social opunha-se à organização clássica e medieval, que colocava a nobreza e o clero no topo das regalias e direitos sociais, remetendo o povo e a burguesia para uma posição subalterna e inferior.

Os regimes totalitários da primeira metade do século XX constituíram um forte desafio e uma clara barreira para os valores democráticos. Após a Segunda Guerra Mundial, as democracias ocidentais, ainda assombradas pelo fantasma do nacional-socialismo e sob a ameaça do comunismo soviético, que se encontrava do outro lado da “cortina de ferro”, retomaram em força a propaganda ideológica da liberdade e da

igualdade de direitos, denunciando e condenando as restrições à liberdade individual que, alegadamente, caracterizavam o regime dos seus opositores. Depois da queda do muro de Berlim e com o colapso da União Soviética, a oposição ideológica às democracias modernas perdeu fulgor, passando a situar-se em alguns países periféricos devidamente identificados, geralmente localizados na América do Sul ou no Extremo Oriente (casos de Cuba ou da Coreia do Norte), ou em grupos de protesto internos, como partidos políticos de extrema-esquerda/ extrema-direita ou outros movimentos contestatários (anarquistas, ambientalistas, anti-globalização, etc.) um pouco dispersos e mal organizados que não constituíam um verdadeiro perigo para a democracia.

A principal fonte de oposição política, ideológica e social da democracia transferiu-se então para os países árabes e islâmicos, onde os princípios da *Shari'a* e a teocracia continuaram a ser os principais estruturadores da organização social. A Modernidade, na sua vertente político-ideológica, não admite a conjugação das leis seculares com as leis divinas. Para os modernos, os mecanismos de regulação social devem permanecer desligados da religião e da crença em Deus. Pelo contrário, no mundo muçulmano, não faz sentido a divisão entre “leis dos homens” e “leis de Deus”. Boaventura de Sousa Santos (2001) salienta as dificuldades de entendimento e de conjugação entre estas duas perspectivas, sobretudo quando se trata de tentar definir valores que pretendem ser universais, como os direitos humanos:

«Embora correndo o risco de excessiva simplificação, duas posições extremas podem ser identificadas: uma, absolutista ou fundamentalista, é sustentada por aqueles para quem o sistema jurídico religioso do Islão, a *Shari'a*, deve ser integralmente aplicado como direito do Estado islâmico. Segundo essa posição, há inconsistências irreconciliáveis entre a *Shari'a* e a concepção ocidental dos direitos humanos, e sempre que tal ocorra a *Shari'a* deve prevalecer. (...) No outro extremo, encontram-se os secularistas ou modernistas, que entendem deverem os muçulmanos organizar-se em Estados seculares. O Islão é um movimento religioso e espiritual e não político e, como tal, as sociedades muçulmanas modernas são livres para organizar o seu governo do modo que julgarem conveniente e apropriado às circunstâncias.» (Santos, 2001: 24)

Antes de tudo, gostaria de destacar que Boaventura reproduz aqui um tipo de discurso que está muito presente na realidade televisiva e que passa por classificar o pensamento islâmico como “fundamentalista” e “extremista”. Os modernos, por seu lado, nunca são apelidados de fundamentalistas, embora Sousa Santos, ao contrário da

televisão, procure aqui colocá-los também num extremo. Ao posicionar-se no meio daquilo a que chama os dois extremos da questão, o sociólogo está a adotar a atitude de tolerância e diálogo intercultural, comum a grande parte dos pensadores de esquerda do ocidente moderno. A diferença entre os dois lados, porém, reside numa real assimetria de poder que os (des)une. O Estado islâmico, ou Califado, que já existiu no passado, deixou de ser uma realidade por interferência direta do colonialismo e da consequente divisão do mundo islâmico em estados seculares. A pretensa tolerância e suposta igualdade no diálogo intercultural está, portanto, minada à partida, pois as condições de negociação não são equivalentes. Além disso, a própria ideia de tolerância apenas diz respeito àqueles que seguem princípios democráticos e que acreditam na liberdade de escolha para cada indivíduo, o que não é necessariamente o ponto de vista de quem segue o Islão. A defesa do diálogo multicultural tem sido, por isso, criticada por alguns autores, como Zizek que, no seu *Elogio da Intolerância*, afirma que “o respeito do multiculturalismo pela especificidade do Outro é precisamente a forma adotada pela afirmação da sua própria superioridade.” (Zizek, 2006: 73)

A grande importância que a televisão confere ao sistema político democrático está bem patente na quantidade de referências ao contexto político, social e económico nos noticiários e nos restantes programas de informação. O claro domínio deste tema nos discursos televisivos, em particular nos noticiários, reproduz a ideia de que só uma população esclarecida e informada sobre os principais assuntos políticos pode ter uma verdadeira participação democrática. É também de realçar que a larga maioria das notícias que se inserem neste tema refere-se aos países da Europa ocidental ou aos Estados Unidos da América, os principais representantes da democracia moderna. Porém, será também relevante reparar no destaque que é concedido aos principais opositores ideológicos do Ocidente. Os países árabes são a segunda região geoestratégica mais referida nas notícias, o que se deve sobretudo às transformações político-sociais que têm vindo a ocorrer nestes países. A histeria informativa que se gerou no Ocidente, no início deste ano, sobre as manifestações públicas no Norte de África, deve-se, em grande parte, ao facto de estas visarem implementar um sistema político democrático e baseado em eleições livres. A revolução egípcia, por exemplo, foi descrita como uma vitória da liberdade sobre a opressão, materializada na figura do antigo presidente Mubarak, geralmente descrito na televisão como “ditador”.

A caracterização dos políticos não-ocidentais segue também padrões diferentes daqueles que são usados para representar os políticos do mundo democrático. Mesmo as figuras controversas do Ocidente, como Silvio Berlusconi, são apresentadas como representantes legítimos do seu país, pois encontram-se sujeitas ao controlo da justiça e do voto soberano. Por outro lado, os líderes de países que não seguem sistemas democráticos são frequentemente descritos como ditadores ou pessoas pouco sensatas. Um bom exemplo encontra-se em Hugo Chávez, figura que, embora quase ausente desta amostra, surge regularmente nos noticiários, mas sempre quando profere discursos ou demonstra atitudes que são consideradas ofensivas ou perigosas para os princípios democráticos. Convém também referir que, das escassas dez vezes que Cuba foi referida, foi sempre no sentido de o seu líder ter aberto as portas a um novo sistema político e ao liberalismo de mercado. Neste caso, a caracterização não é negativa, mas sugere um desejo de mudança para “o lado certo”. Por último, deve registar-se a quase total ausência de figuras ou assuntos religiosos nos noticiários. A religião é remetida para espaços próprios, como curtos programas na RTP2. Esta estratégia promove claramente a separação entre religião e política, suportando os valores de uma sociedade laica e secularista.

4.3 – Segurança e Conforto

A propaganda que é meramente discursiva não consegue ser totalmente convincente. A democracia que a televisão propaga e proclama será tanto mais eficaz quanto mais visível e palpável for. Embora a democracia esteja presente em grande parte dos discursos televisivos, a televisão demonstra e materializa a democracia mesmo sem falar dela, e de uma forma muito mais rapidamente assimilável que pelo discurso. Os valores democráticos, além de serem promovidos pela informação, encontram-se materializados na publicidade e pelo consumo. Como sugere Baudrillard (2005), a *Sociedade do Consumo* vive no mito de que o consumo democratiza o acesso aos bens e, conseqüentemente, torna os valores por eles representados, como a segurança e o conforto, acessíveis a toda a gente. Através do consumo, garante-se a segurança existencial e o bem-estar, materializados nos produtos que “oferecem” uma vida mais saudável, menos riscos, maior eficácia, rapidez e simplicidade na execução de várias tarefas, prestígio social ou sucesso sexual. Em suma, o consumo é a garantia de que a Felicidade está ao alcance de toda a gente.

“... o mito da felicidade é aquele que recolhe e encarna, nas sociedades modernas, o *mito da Igualdade*. (...) Que a Felicidade ostente, à primeira vista, semelhante significado e função, induz consequências importantes quanto ao respectivo conteúdo: para ser o veículo do mito *igualitário*, é preciso que a Felicidade seja *mensurável*. Importa que se trate do *bem-estar* mensurável por objetos e signos, do «conforto», (...) enquanto reabsorção das fatalidades sociais e igualização de todos os destinos.” [itálicos do autor] (Baudrillard, 2005: 47)

Em todos os sistemas sociais e políticos, do passado ao presente, existem símbolos de poder e de prestígio social. A nobreza medieval e clássica exibia as suas vestes majestosas e utilizava diversos acessórios, como coroas, jóias ou brasões para marcar o seu estatuto social. Da mesma forma, o clero construía imponentes catedrais e cobria-se de ouro e acessórios rebuscados, ignorando a mensagem de humildade e pobreza que pregava. Os próprios burgueses que conduziram a Revolução Francesa cobriram-se de glória após o seu triunfo e marcaram o seu estatuto através de símbolos anteriormente utilizados pelo poder que derrubaram. Estes símbolos não são utilizados em vão. Eles transmitem mensagens claras acerca do estatuto social de uma pessoa e desempenham um papel dentro do modelo sociopolítico em que se inserem. A utilização destes símbolos está relacionada com as ideias acerca da organização e estruturação das sociedades, sendo simultaneamente estruturada e estruturante.

Os símbolos de prestígio não desapareceram na democracia atual. Um automóvel de uma marca de prestígio, uma garrafa de *whisky* velho cujo preço se equipara ao salário mínimo português ou um *iPod* da nova geração são muito mais que um meio de transporte, uma bebida alcoólica ou um mecanismo de comunicação. Eles atuam como signos de poder e de prestígio e visam o reconhecimento social. A grande inovação da democracia é a abolição das fronteiras de classe no acesso a estes símbolos. Tudo se reduz a uma questão de disponibilidade financeira. A publicidade atinge todas as classes e transmite a mensagem de que tudo está ao alcance de toda a gente, num plano de igualdade. Qualquer pessoa pode utilizar qualquer símbolo de poder... desde que possa comprá-lo. E, segundo o pensamento democrático e capitalista, qualquer pessoa pode ganhar muito dinheiro com esforço, dedicação e inteligência. As diferenças de nascimento e de classe deixam de ser o critério para a distribuição e utilização de símbolos de prestígio. Os produtos consumíveis são os mesmos para todos, estão ao acesso de todos, têm o mesmo preço para toda a gente. Mesmo que nem todos os

produtos estejam ao alcance económico de todas as pessoas, a ideia da abundância está sempre presente. Segundo Baudrillard (2005), a *sociedade do consumo* não vive apenas da abundância de bens, mas sim da superabundância e do desperdício. O consumo já não visa satisfazer uma necessidade, mas sim tornar-se um fim em si mesmo, pelo que é necessário criar a ilusão de que os bens são inesgotáveis e que cada indivíduo tem ao seu alcance muito mais do que pode realmente usufruir.

Se é verdade que, na realidade televisiva, é na publicidade que se encontra, de forma mais evidente, a associação entre consumo e a conquista da segurança e do conforto, esta característica também se verifica noutras categorias de programas. Na própria informação surgem muitas vezes referências a produtos ou tecnologias que podem tornar a vida das pessoas mais segura e/ ou fácil. No entretenimento, as conversas informais com os convidados fazem várias referências a produtos ou a materiais que estes utilizam para se sentirem melhor ou para ultrapassarem alguma situação complicada da sua vida. Na ficção, os símbolos de riqueza são constantemente exibidos, já que, como foi dito, a grande maioria dos personagens principais situam-se na classe alta ou média-alta. Desta forma, não se promove apenas o desejo de consumo, mas sim todo um modo de vida, que passa por morar em grandes casas, ter bons carros e viver desafogadamente, sem preocupações financeiras. Este estilo de vida que é projetado é claramente estruturante e precursor do desejo consumista.

Porém, não é apenas pelo consumo que os valores da segurança e do conforto são promovidos. Os dois pilares da Modernidade anteriormente descritos, a ciência e a democracia, assumem também uma relação de causalidade com o desejo de bem-estar e de segurança. A ciência e a tecnologia, por si só, promovem a ideia de que a sociedade deve caminhar do sentido de garantir uma maior segurança e bem-estar, seja pelos melhores cuidados de saúde, pelos alertas e regulações ambientais, pelos utensílios domésticos fáceis de utilizar ou pelos mecanismos tecnológicos capazes de reduzir diversos tipos de risco. A democracia, por sua vez, é a garantia das liberdades individuais e dos direitos humanos. Além disso, os mecanismos de defesa e de proteção civil dos estados de direito, como as forças armadas, as forças policiais, os bombeiros ou o sistema jurídico são apresentados como garantia de segurança e de bem-estar. A realidade televisiva, como já foi referido no capítulo anterior, confere também grande destaque aos mecanismos de segurança e de proteção social, tanto na informação como nos programas de ficção.

4.4 – Limitação geográfica e temporal

Pode parecer um paradoxo falar de restrições geográficas e temporais num mundo que é muitas vezes descrito como uma “aldeia global”, onde o fenómeno da globalização parece incontornável e que dispõe de tecnologias que permitem acompanhar em tempo real algo que está a acontecer do outro lado do globo. Porém, precisamente devido ao facto de a proximidade geográfica já não constituir um critério ou uma limitação para o acesso à informação, será de estranhar que a esmagadora maioria da informação televisiva se situe no Ocidente (União Europeia e Estados Unidos da América), seguido de perto pelos seus maiores opositores ideológicos, os países árabes. Isto significa que cerca de 75% do território mundial (incluindo África, Ásia e América do Sul) tem uma relevância substancialmente inferior à Europa, por si só, mesmo tendo em conta que é no Extremo Oriente que se situam duas das três principais economias mundiais (China e Japão).

Para além do escasso número de referências, há ainda que salientar o tipo de informação que é apresentada relativamente aos países não ocidentais. Ao contrário do que acontece em relação ao Ocidente, as notícias relativas a estes países não passam por caracterizar o contexto político, social e económico dos mesmos, a menos que reportem situações de crise extrema, conflitos sociais, instabilidade política ou ameaças de guerra iminente. Além disso, são também noticiadas situações de acidentes ou desastres naturais de grande escala, mas, mesmo nestes casos, um das primeiras preocupações dos noticiários televisivos é darem conta do número de europeus que se encontram entre as vítimas. A exceção a esta estratégia verifica-se, por vezes, no que diz respeito às ex-colónias portuguesas, particularmente as africanas. Pelas relações históricas que Portugal tem com estes países, por vezes surgem reportagens que dão conta do contexto social e político que estes atravessam, particularmente no noticiário *África 7 Dias*, que é transmitido pela RTP2 nas manhãs de sábado.

Outros tipos de programas de informação, como documentários ou magazines, procuram, ocasionalmente, dar conta das condições de vida em países não-ocidentais. As escolhas recaem, quase invariavelmente, em países subdesenvolvidos onde as dificuldades económicas e de subsistência são evidentes. Nestes programas, muitas vezes assumidos como demonstrações de solidariedade ou de preocupação com os outros, a mensagem que se passa é que é muito mais difícil viver fora do Ocidente do que no seu interior. As pessoas e comunidades neles retratadas ilustram bem a

separação semântica entre “desenvolvido” e “subdesenvolvido”. No entretenimento, as referências a países não-ocidentais, mesmo que do ponto de vista sociocultural, são bastante raras. A principal exceção encontra-se no magazine *Portugueses pelo Mundo*, que a RTP1 exibe nas suas noites e no qual alguns cidadãos portugueses que residem no estrangeiro apresentam a cidade onde vivem. Neste registo, as cidades que foram apresentadas pelos emigrantes portugueses foram a capital chinesa, Pequim, e a cidade de Los Angeles, nos EUA; porém, noutros episódios, este programa percorreu vários países à volta do mundo. A imagem que se transmite das cidades apresentadas, não sendo vinculativa, pois trata-se da opinião pessoal de alguns indivíduos (seis por episódio), acaba por basear-se nos preconceitos e expectativas que cada entrevistado trazia *a priori*, sendo o interesse central do programa a vida dos portugueses nessa cidade e não a cultura local em si, embora esta também seja apresentada.

Quanto à ficção [ver capítulo 3.4], a restrição geográfica é evidente: à exceção das novelas brasileiras e de dois filmes, transmitidos pela RTP2, originários de países africanos de língua oficial portuguesa, todos os programas de ficção têm a sua origem na Europa ou nos Estados Unidos da América, com enorme destaque dos últimos. A ficção, que fornece modelos de comportamento e padrões culturais de referência, fica assim limitada a certos enquadramentos sócio-culturais, anulando dos seus registos os estilos de vida alternativos e as referências culturais externas ao Ocidente. Por seu lado, a publicidade vai ainda mais além, camuflando a existência do Outro interno, já que, nos anúncios televisivos portugueses, até as minorias étnicas existentes em Portugal tornam-se invisíveis. Desta forma, a televisão cria os seus próprios estranhos, fazendo desaparecer pessoas e modos de vida situados fora do mundo moderno.

Por outro lado, a perspectiva temporal que televisão apresenta torna-se cada vez mais reduzida. O passado tende a desaparecer e o futuro nunca é apresentado para além do que é possível vislumbrar. A tendência de se projetar a realidade como uma sucessão de acontecimentos, consumidos de imediato, coloca o foco temporal no presente e deixa pouco espaço de sobra para o antes e o depois. O futuro surge geralmente associado à ciência e tecnologia e, como já foi dito, costuma estar coberto de otimismo e de virtude. O passado, por sua vez, surge numa posição mais dúbia e ambígua. No que refere ao progresso tecnológico e material, o passado é sempre tratado com desdém e como algo que deve ser ultrapassado. Porém, sobretudo nos *talk-show's* de entretenimento ou documentários históricos, o passado aparece

também como fonte de sabedoria e enriquecimento, muitas vezes traduzidas no conceito “tradição”. Os aspetos positivos da tradição são aproveitados também por alguns tipos de publicidade (particularmente produtos alimentares), que projetam neste conceito a garantia de autenticidade. Porém, ao fazê-lo, estão simultaneamente a assumir que esta autenticidade pertence a um passado “perdido” e cada vez mais difícil de encontrar. Esta atitude tem o seu fundamento na própria noção de Modernidade:

“A modernidade possui tantos sentidos quantos forem os pensadores ou jornalistas. Ainda assim, todas as definições apontam, de uma forma ou de outra, para a passagem do tempo. Através do adjetivo moderno, assinalamos um novo regime, uma aceleração, uma ruptura, uma revolução no tempo. Quando as palavras “moderno”, “modernização” e “Modernidade” aparecem, definimos, por contraste, um passado arcaico e estável. Além disso, a palavra encontra-se sempre colocada em meio a uma polémica, em uma briga onde há ganhadores e perdedores, os Antigos e os Modernos. “Moderno”, portanto, é duas vezes assimétrico: assinala uma ruptura na passagem regular do tempo; assinala um combate no qual há vencedores e vencidos.” (Latour, 1994: 15)

A *ruptura* de que fala Latour não é, afinal, muito diferente da *linha abissal* sugerida por Boaventura de Sousa Santos (2007). A Modernidade localiza-se, efetivamente, num espaço e num tempo próprios, procurando constantemente demarcar o seu espaço e definir as suas fronteiras. A estratégia utilizada para isso é a criação e anulação de estranhos, pegando na expressão de Bauman. Como nos diz o autor, “os estranhos de hoje são subprodutos, mas também os meios de produção no incessante, porque jamais conclusivo, processo de construção da identidade.” (Bauman, 1998: 37). O que a televisão faz, ou ajuda a fazer, é definir e situar os estranhos da Modernidade, anulando-os, por vezes, ou exibindo-os como relíquias de um tempo perdido, de uma sociedade diferente ou de um lugar do mundo aonde o progresso, a democracia e o desenvolvimento trazidos pela Modernidade ainda não chegaram.

4.5 – O apogeu do individualismo: o emergir do Herói

Desde a Antiguidade clássica, a figura do Herói assumiu um papel central nas narrativas históricas ou fictícias, particularmente naquelas que se propunham cantar os feitos de um povo ou de qualquer coletivo. Nas narrativas épicas que seguem o modelo clássico, como a *Odisseia* e a *Ilíada* de Homero, a *Eneida* de Virgílio ou *Os Lusíadas* de Camões, a figura central é sempre um Herói individual, mas que personifica

e representa um Herói coletivo, que é a sua civilização. Na realidade televisiva atual, a figura do Herói mantém-se, mas o seu significado já não é o mesmo. Em vez de representante de um coletivo, o Herói moderno, projetado na televisão, representa acima de tudo a sua própria individualidade, sendo a sua ligação ao coletivo a assunção dos valores culturais do individualismo. Se é verdade que a figura do Herói associa-se, de forma mais imediata, à ficção, procurarei também demonstrar aqui que os princípios do individualismo encontram-se também noutras categorias de programas.

Começando pela ficção, é fácil perceber que a estrutura interna destes programas passa por centralizar o enredo numa ou mais personagens centrais. As novelas, sendo um somatório de várias histórias paralelas e tendo, por norma, um maior leque de personagens, acabam por ter mais protagonistas do que outros tipos de ficção. O filmes e as séries, por sua vez, costumam focar-se preferencialmente na vida e na personalidade de uma ou duas personagens centrais. Tanto pela amostra recolhida como pela minha experiência acumulada enquanto telespectador, penso que há uma clara tendência para as personagens centrais serem do sexo masculino. Os heróis da televisão são, geralmente, homens jovens e solteiros, embora também se encontrem várias heroínas, que são mulheres igualmente jovens e solteiras, geralmente belas e emancipadas. Estes novos heróis, tanto os homens como as mulheres, são, por norma, excelentes profissionais e distinguem-se dos demais colegas no exercício das suas funções. Contrariando o modelo utilizado, por exemplo, nos filmes de ação, os novos heróis televisivos já não se destacam exclusivamente pelos seus atributos físicos, mas sim pelas suas capacidades mentais e profissionais. A lógica do “mais rápido, mais ágil, mais forte” é substituída pela lógica do “mais competente, mais inteligente, mais eficaz”, na ficção televisiva.

Um dos aspetos mais interessantes dos heróis da ficção é a sua capacidade para desestabilizar os modelos gerais de comportamento. Pegando como exemplo os filmes e séries sobre investigação criminal, podemos dizer que a generalidade das personagens, sejam polícias ou criminosos, constituem híbridos entre humanos e não-humanos. Às suas características pessoais e humanas, eles juntam a capacidade das armas e de outras tecnologias fundamentais para a realização dos seus intentos, como computadores, engenhos explosivos, câmaras ou mesmo conhecimentos teórico-técnicos. Os personagens principais, porém, tendo ao seu dispor os mesmos mecanismos e meios que todos os outros, conseguem retirar deles melhor proveito,

muitas vezes até mais pela sua intuição ou instinto do que pelos procedimentos formais. Aos heróis é permitido ignorar algumas regras ou reformulá-las, pois as suas características extraordinárias permitem que atinja o sucesso de uma forma menos convencional. Personagens como o Dr. House, Fox Mulder, Macgyver, a Dra. Temperance "Bones" Brennan ou Sherlock Holmes (apenas os dois últimos fazem parte deste registo) tornaram-se célebres, precisamente, por desafiarem os procedimentos convencionais ou mais 'corretos'.

Os heróis são, assim, personagens que se destacam dos demais pelas suas extraordinárias capacidades e que, devido a elas, conseguem fazer coisas improváveis ou aparentemente impossíveis. A mensagem latente que estas personagens transportam é que um só indivíduo, pela sua ação, pode transformar o mundo que o rodeia e atingir feitos incríveis, mesmo que devidamente adjuvado pelos seus colegas ou por algum tipo de tecnologia. O individualismo promovido pela realidade televisiva não se limita, porém, aos heróis. O estilo de vida que se projeta em quase todas as personagens principais da ficção é claramente individualista: adultos jovens, livres de compromissos amorosos ou com relacionamentos instáveis, com uma vida profissional ativa e bem sucedida, o que os torna independentes e socialmente reconhecidos, e com um notável bom-senso, que se reflete nas decisões corretas que tomam e que o desenrolar da ação acaba por legitimar. As personagens principais da ficção atuam, desta forma, como modelos de comportamento a seguir, enquanto aqueles que se lhes opõem constituem modelos de comportamento que deve ser evitado, o que acaba por promover, de alguma forma, uma certa visão maniqueísta da sociedade.

Na informação, por seu turno, a figura do Herói não está totalmente ausente. Várias vezes são utilizadas histórias ou exemplos de vida nos serviços informativos, que visam ilustrar problemas ou contextos sociais através de casos individuais. A referência a personalidades célebres ou mesmo a pessoas anónimas nos espaços informativos surge geralmente na forma de reportagem, onde os discursos do sujeito central, amigos e familiares aparecem acompanhados por imagens das suas atividades diárias e, muitas vezes, por música de fundo, que amplia a carga dramática da peça. As histórias mais intensas são aquelas que reportam situações extremas de sobrevivência, seja pelas dificuldades causadas por alguma disfunção física ou psíquica, pelas dificuldades económicas ou pela experiência vivida de um desastre natural. Um caso que se tornou mediático aconteceu nos últimos meses de 2010 e teve como protagonistas um

conjunto de mineiros chilenos que ficou soterrado durante cerca de dois meses. O impacto desta notícia foi tal que, em Janeiro de 2011, quase três meses após o resgate, um desses mineiros foi notícia em Portugal, por ocasião de uma visita a uma escola. Tanto a repórter como a professora entrevistada mostravam-se emocionadas por terem a oportunidade de “conhecer pessoalmente um herói”.

No entretenimento encontramos também este tipo de discurso, que tenta conotar algumas pessoas, pelas suas experiências de vida e personalidade, com a figura do Herói. Os *talk-show's* são uma oportunidade para os cidadãos anónimos partilharem orgulhosamente as suas vivências e aprendizagens, utilizando as mesmas para passar mensagens de coragem, resiliência e motivação. A ideia de que os heróis são individuais e não coletivos vai desta maneira ganhando força nos discursos televisivos, assim como um conceito de sociedade que é, acima de tudo, um somatório de indivíduos que se acreditam autónomos e diferentes de todos os outros. É certo que o entretenimento, à semelhança de muita publicidade institucional, apela frequentemente à participação solidária e incentiva ao voluntariado. Porém, estas preocupações sociais não refletem uma sociedade una e coesa, empenhada pelo sentido comunitário. Pelo contrário, elas são sintomáticas de assimetrias sociais profundas e a solução que se apresenta segue também os princípios do individualismo: é o indivíduo que deve mobilizar-se para minorar as desigualdades e as injustiças; é dele a responsabilidade de contribuir para uma sociedade mais justa, quando os mecanismos de regulação social falham.

Também os discursos da publicidade são dirigidos, essencialmente, para o indivíduo. Os bens de consumo e os produtos tecnológicos são a garantia de conforto e de segurança, mas cabe aos indivíduos adquiri-los ou não. A publicidade responsabiliza cada pessoa pelo seu próprio destino: depende de cada indivíduo ser mais atraente, mais saudável, mais limpo, mais magro, mais bem sucedido, mais sensual, mais atualizado ou mais seguro. À semelhança do que sugere Ulrich Beck, a insegurança existencial provocada pela quebra de confiança nas instituições e pela perda da causalidade dos riscos, leva cada indivíduo a procurar por si mesmo, através do consumo, os meios para enfrentar os riscos e os desafios. A publicidade televisiva impele assim a esta forma de ação e coloca nas mãos de cada indivíduo o seu próprio futuro, tendo por base a organização democrática que lhe garante a liberdade de

escolha e a crença na tecnociência que lhe permite tomar decisões com uma certa dose de segurança e fiabilidade.

O individualismo é, claramente, outro dos pilares da Modernidade. No mundo moderno, cada indivíduo tem de encetar um esforço de recriação permanente, com vista a dar resposta às exigências e desafios que a fluidez das relações sociais levanta. Conforme sugerem autores como Bauman ou Sennet, a progressiva liquidez das redes sociais coloca os indivíduos num estado permanente de instabilidade e insegurança, necessitando por isso de padrões ou de referências que o ajudem a adaptar-se rapidamente aos novos desafios, também eles em permanente mudança. A televisão surge, neste contexto, como uma fonte de mensagens, modelos e códigos de conduta. Sem as referências de classe, comunidade ou grupo, características da primeira Modernidade, é na televisão que cada indivíduo pode encontrar as paisagens culturais, conceitos e heróis capazes de fornecer uma semântica e uma sintaxe que possibilitem uma melhor comunicação com o mundo exterior. Adaptabilidade, juventude e originalidade são algumas das características fundamentais para o indivíduo moderno. Neste sentido, pode dizer-se que todas as pessoas devem assemelhar-se ao Herói televisivo, capaz de ser criativo, original e competente na execução das suas tarefas, sempre com um ar jovial e capaz de dar resposta imediata a qualquer contrariedade, com resiliência e coragem suficientes para sobreviver a qualquer intempérie.

Conclusão

Para finalizar esta dissertação, resta-me apenas dar resposta às duas questões de partida que me motivaram para este trabalho e às quais penso já estar em condições de responder. Quanto à primeira - “a realidade criada pela televisão constitui um retrato do mundo, como um espelho do real, ou, em vez disso, projeta uma determinada forma de olhar a realidade, assente em algumas das crenças e práticas geradas pela Modernidade?” - parece-me agora claro que a “realidade” televisiva é, efetivamente, uma construção conceptual assente nos mesmos princípios que a Modernidade contemporânea. A televisão procura criar uma realidade a partir de modelos do real, sendo isso particularmente evidente nos programas de ficção ou em simulacros que são, assumidamente, fictícios. Porém, a hiper-realidade verifica-se também nos programas que procuram um maior grau de ligação ao real, como os noticiários ou programas de informação, em geral. A televisão não mostra a realidade do mundo, mas sim um simulacro em som e imagem daquilo que interessa mostrar do mundo. Estes simulacros são construídos a partir de uma seleção criteriosa do que deve ser mostrado e como deve ser mostrado, acabando por moldar a forma de os espectadores verem a realidade. Os modelos do real que a televisão propaga acabam por agir reflexivamente sobre a própria realidade, transformando-a, eventualmente, em algo mais de acordo com aquilo que deveria ser.

Relativamente à segunda questão - a realidade televisiva assenta num somatório de discursos diferenciados e independentes, cada vez mais especializados e separados uns dos outros, ou, por outro lado, constituir-se-á de um discurso coeso e coerente, que se estende por diversas áreas, mas que se orienta numa mesma direção? -, creio que a resposta exige várias cautelas. Por um lado, parece evidente que, em linhas gerais, a realidade televisiva reproduz os principais pilares ideológicos da Modernidade atual, ou pós-modernidade, como lhe quisermos chamar. Nesse sentido, poder-se-á falar numa certa orientação ou nível de coerência entre os diversos discursos da televisão, mesmo que devidamente divididos em categorias e estilos diferenciados. Por outro lado, há que ter em conta o elevado número de agentes e atores que preenchem o universo televisivo. Embora as linhas orientadoras gerais pareçam estar razoavelmente definidas, a televisão tem sempre o potencial de, através dos seus discursos, alterar ou desestabilizar as categorias existentes e as suas orientações ideológicas. Penso que a hipótese da especialização dos discursos, na televisão, deve ser entendida dentro da

lógica interna da linguagem televisiva, que raramente aprofunda os temas até um ponto de complexidade que impeça a sua compreensão. Pelo contrário, os discursos dos especialistas, na televisão, acabam por ser mal compreendidos por serem demasiado vagos e simplificados, de forma a que os leigos os entendam.

Espero nesta dissertação ter conseguido identificar os princípios basilares da realidade televisiva, fornecendo novas ferramentas de análise que permitam ajudar a caracterizar a agência social da televisão. Estou convencido de que a minha opção metodológica de ter abordado a televisão como um agente social e não como um meio de comunicação de massas permitiu-me um contacto mais próximo com o meu objeto e contribuiu para um melhor entendimento do mesmo. Futuramente, espero alastrar esta análise ao outro lado desta interação, ou seja, à forma como os espectadores, em diferentes contextos, se relacionam com o conteúdo televisivo. Qualquer estudo sobre televisão será incompleto se não for tido em conta o *feedback* dos seus interlocutores. Porém, tal estudo excederia em muito os objetivos e os limites deste ensaio, pelo que não o poderia realizar nestes moldes. De qualquer forma, penso que este pode ser um ponto de partida e uma base conceptual para outros estudos incompletos, que certamente se complementarão entre si.

Referências Bibliográficas

- Anderson, Benedict. 2005. *Comunidades Imaginadas*. Lisboa. Edições 70.
- Appadurai, Arjun. 2004. *Dimensões Culturais da Globalização*. Lisboa. Teorema.
- Beck, Ulrich. 1992. *Risk Society: Towards a New Modernity*. London. Sage.
- Becker, Kai Helge and Seidl, David. 2005. *Niklas Luhmann and Organization Studies*. Liber & Copenhagen Business School Press.
- Baudrillard, Jean. 2005. *A Sociedade do Consumo*. Lisboa. Edições 70.
- Baudrillard, Jean. 1991. *Simulacros e Simulação*. Lisboa. Relógio de Água.
- Bauman, Zygmunt. 2002. *A Sociedade Sitiada*. Lisboa. Instituto Piaget.
- Bauman, Zygmunt. 2000. *Liquid Modernity*. Cambridge. Polity.
- Bauman, Zygmunt. 1998. *O Mal-Estar da Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Editor.
- Breton, Phillipe. 2002. *A Palavra Manipulada*. Lisboa. Caminho.
- Callon, Michel. 1999. *The Role of Lay People in the Production and Dissemination of Scientific Knowledge*. Sage Publications.
- Castro-Gomez, Santiago. 2005. «Ciências sociais, violência epistémica e o problema da “invenção do outro”». In Lander, Edgardo (org.). *A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latino-americanas*. Colección Sur Sur. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. CLACSO. pp. 169-186.
- Condry, John and Popper, Karl. 2007. *Televisão: um Perigo para a Democracia*. Lisboa. Gradiva.
- Debord, Guy. 2005. *A Sociedade do Espectáculo*. Estante Clandestina.
- Descartes, Réne. 1997. *Princípios da Filosofia*. Lisboa. Lisboa Editora.
- Descartes, Réne. 1992. *O Discurso do Método*. Lisboa. Editora Replicação.
- Dussel, Enrique. 2005. «Europa, modernidade e eurocentrismo». In Lander, Edgardo (org.). *A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latino-americanas*. Colección Sur Sur. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. CLACSO. pp. 55-70.
- Foucault, Michel. 2005a. *Microfísica do Poder*.
<http://vsites.unb.br/fe/tef/filoesco/foucault/microfisica.pdf>
- Foucault, Michel. 2005b. *As Palavras e as Coisas*. Lisboa. Edições 70.
- Foucault, Michel. 1997. *Vigiar e Punir*. Rio de Janeiro. Editora Vozes.
- Geertz, Clifford. 1993. *The Interpretation of Cultures*. London. Fontana Press.

- Kant, Immanuel. 1995. *Fundamentação da Metafísica dos Costumes*. Lisboa. Edições 70.
- Latour, Bruno. 2006. *A Textbook Case Revisited – Knowledge as a Mode of Existence*. <http://www.bruno-latour.fr/articles/article/99-HANDBOOK-FINAL.pdf>.
- Latour, Bruno. 1999. *Pandora's Hope. Essays on the Reality of Science Studies*. Harvard University Press.
- Latour, Bruno. 1996. «Joliot: A história e a física misturadas». In: Serres, Michel (org.), *Elementos para uma História das Ciências III. De Pasteur ao Computador*. Lisboa. Terramar.
- Latour, Bruno. 1994. *Jamais fomos modernos*. Rio de Janeiro. Editora 34.
- Luhmann, Niklas. 2002. *Theories of Distinction: Redescribing the Descriptions of Modernity*. Stanford University Press.
- Luhmann, Niklas. 1995. *Social Systems*. Stanford University Press.
- Mason, Peter. 1990. *Deconstructing America: Representations of the Other*. London and New York, Routledge.
- McQuail, Denis. 2005. *McQuail's Mass Communication Theorie*. Sage.
- Parsons, Talcott. 1991. *The Social System*. Routledge.
- Pessoa, Fernando. 2000. *O Livro do Desassossego*. Linda-a-Velha. Abril Controljornal.
- Santos, Boaventura de Sousa. 2007. «Para além do Pensamento Abissal: Das linhas globais a uma ecologia de saberes». In *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 78. pp. 3-46.
- Santos, Boaventura de Sousa. 2002. «Para uma sociologia das ausências e uma sociologia das emergências». In *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 63. pp. 237-280.
- Santos, Boaventura de Sousa. 2001. “Para uma Concepção Multicultural dos Direitos Humanos”. *Contexto Internacional*, 23, 1, 7-34.
- Santos, Boaventura de Sousa. 1991. *A Transição Paradigmática: da Regulação à Emancipação*. Oficina do CES. Coimbra. Centro de Estudos Sociais.
- Santos, Boaventura de Sousa. 1988. *O Social e o Político na Transição Pós-Moderna*. Oficina do CES. Coimbra. Centro de Estudos Sociais.
- Santos, José Rodrigues dos. 2005. *A Verdade da Guerra*. Lisboa. Gradiva.
- Sennet, Richard. 2007. *A Cultura do Novo Capitalismo*. Lisboa. Relógio d'Água.
- Sennet, Richard. 2000. *A Corrosão do Carácter: as consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo*. Lisboa. Terramar.
- Smith, Anthony. 1997. *A Identidade Nacional*. Lisboa. Gradiva.
- Sperber, Dan. 1992. *O Saber dos Antropólogos*. Lisboa. Edições 70.

Stivers, Richard. 2001. *A Tecnologia como Magia*. Lisboa. Instituto Piaget.

Touraine, Alain. 1994. *Crítica da Modernidade*. Lisboa. Instituto Piaget.

Van Loon, Joost. 2002. *Risk and Technological Culture: Towards a sociology of virulence*. Routledge.

Weber, Max. 1996. *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*. Editorial Presença.

Wikipédia. <http://pt.wikipedia.org/wiki/Televis%C3%A3o>

Zizek, Slavoj. 2006. *O Elogio da Intolerância*. Lisboa. Relógio d'Água.

Anexos