

A informação e o poder político

Adriano Duarte Rodrigues

A natureza das relações da informação com o poder político é um dos problemas largamente discutidos no mundo actual, sobretudo desde os meados anos 40, sem que uma resposta consensual e indiscutível lhe tenha sido encontrada.

Para uns, a informação é uma componente intrínseca do poder, o seu prolongamento e o esteio sobre que se apoia. Para outros, a informação representa um poder autónomo e até antagonico do político.

Tanto a primeira como a segunda posição podem de facto aduzir em seu favor provas e exemplos eloquentes. Se o caso Watergate parece, à primeira vista, confirmar a tese da autonomia e até do antagonismo entre o campo informativo e o campo político, a prática política tanto por ocasião das campanhas eleitorais como da ingerência contínua da administração do Estado, mesmo nos Estados Unidos da América, na nomeação dos gestores, na programação e nas influências que se verificam no campo da comunicação social, parece provar a tese da dependência, por vezes servil, da informação em relação ao aparelho do Estado.

A natureza contraditória das posições leva-nos a suspeitar de que o problema é mais complexo do que à primeira vista poderá parecer e de que a sua reformulação exige um trabalho mais cuidadoso de análise.

Uma das maneiras mais generalizadas de equacionar o problema consiste em distinguir a informação que circula em sociedades dominadas pelo regime de poder político despótico, da informação nas sociedades democráticas. Enquanto nas primeiras a informação seria dependente e controlada pelo poder político vigente, exercendo assim o papel de polícia moral das opiniões e de correia de transmissão da ideologia unitária do Governo, nas segundas a informação seria inteiramente livre e desempenharia o papel de vigilância crítica e de transparência total em relação aos processos e desígnios da política.

Semelhante distinção faz parte do arsenal ideológico contemporâneo mais vulgar tanto dos homens da informação como do próprio corpo político e tem servido desde os finais do século XVIII ora de fundamento reivindicativo perante as formas totalitárias do poder ora de propaganda dos regimes democráticos.

Mas esta maneira de ver não explica, por um lado, a vulnerabilidade do campo da informação em relação ao campo político democrático e, por outro lado, a constante utilização que o político faz dos meios de comunicação social. De facto, é sobretudo nos regimes democráticos que o poder utiliza a imprensa, a rádio, a televisão tanto para fazer eleger o seu corpo político como para assegurar a continuidade da sua acção governativa. Sendo o tirano legitimado pela sua vontade, a informação será sem dúvida uma arma poderosa para assegurar a aceitabilidade da tirania, impedindo a proliferação de ideologias contrárias, mas não a fundamentação da sua vontade política como acontece nos regimes democráticos.

Trata-se por conseguinte de uma questão controversa na medida em que as respostas não podem ser submetidas a regras de verificação empírica nem a um processo de avaliação racional.

*

Nas sociedades democráticas modernas, ao contrário do que se passa por exemplo em sociedades despóticas, tanto o poder político como a informação existem sob a forma de campos sociais autónomos relacionados de maneira complexa.

O que é um campo social?

Um campo social é um conjunto de actores individuais e de agentes colectivos organizados em ordem à prossecução exclusiva e legítima de determinados fins, orientados de acordo com uma ordem determinada de valores. Assim, o campo da medicina possui a exclusividade da preservação e da restauração dos valores inerentes à saúde, o campo escolar possui a exclusividade da administração do saber.

São características fundamentais de um campo social:

1.º A legitimidade exclusiva e socialmente indiscutível na produção, na reprodução, na imposição de uma ordem de valores assim como a capacidade de sancionar as violações, tanto internas como externas, dessa legitimidade.

2.º A necessidade de marcação da sua esfera de legitimidade através de uma ordem simbólica própria que a torne visível tanto aos olhos dos seus membros como aos outros, assim como a capacidade de preservar os seus símbolos de eventuais profanações.

Um campo social possui duas dimensões entre si estreitamente relacionadas: uma dimensão pragmática e uma dimensão expressiva. A dimensão pragmática de um campo social é a sua acção específica na área de legitimidade que lhe pertence; é o seu fazer. A dimensão expressiva é o seu dizer, a capacidade de exprimir os seus valores, de os fazer crer e aceitar pelo conjunto do tecido social, de ditar uma ordem específica do mundo.

Para que se constitua um campo social é portanto necessário antes de mais que uma determinada esfera da vida colectiva consiga autonomizar-se e manter a autonomia conseguida de maneira duradoura ao abrigo da contestação dos restantes campos sociais. Mas esta autonomia só é possível na medida em que ela se insere numa rede de transacções com os restantes campos sociais, transacções ora de complementaridade ora de conflito.

Quanto mais arcaica é a constituição de determinado campo social mais inviolável e global é a sua ordem de valores e mais formalizada é a sua simbólica. É o caso do campo religioso, do campo político, do campo familiar, do campo jurídico. Os seus legítimos e exclusivos actores estão organizados em corpos sociais facilmente identificados pelas suas insígnias adquiridas por ocasião de rituais sacralizados.

A autonomização de um campo social é em geral adquirida através de um processo de luta contra outros campos sociais a que é subtraída pelo novo campo social uma parcela da sua legitimidade tradicional e da sua competência.

Corresponde assim a um processo de violação da legitimidade de um campo em crise de legitimidade, em geral através de um movimento social bem sucedido.

Para essa crise de legitimidade contribui uma mudança radical na ordem de valores tradicional e na forma da organização social. É em geral acompanhada por uma nova pragmática e um novo discurso, um novo fazer e um novo dizer que escapam às modalidades de acção e de expressão dos campos sociais existentes.

Foi o que aconteceu, por exemplo, no fim da Idade Média, com o aparecimento dos campos da medicina, jurídico e escolar, em rotura para com o campo religioso que dominava tradicionalmente os domínios da saúde, do direito e do saber em estreita simbiose com a Teologia escolástica.

*

A dimensão informativa desenvolveu-se, sobretudo a partir do século XVII, como componente indissociável do campo político. Até à Segunda Guerra Mundial, ela acompanhou de perto as vicissitudes do poder político, ora servindo os interesses do poder legítimo ora favorecendo a implantação de novas formas de legitimidade política. Ao longo de todo este processo, a organização social era determinada pela generalização de novas formas produtivas que emergiram do maquinismo industrial. Esta nova organização social acompanhou a constituição de um novo campo social, o campo económico, com os seus valores próprios, os seus símbolos, a sua pragmática e a sua expressividade.

A luta da imprensa contra a dependência política era em geral ditada não pela reivindicação da autonomia como campo social autónomo mas pelas funções económicas que ela exercia de facto.

O aparecimento entre nós da imprensa a dez réis, no fim de 1864, acessível a todas as bolsas, correspondia à sua dependência em relação ao campo económico mais do que à sua efectiva autonomia. Passando a depender da venda do espaço impresso aos anunciantes, os jornais faziam aceitar a sua passagem para a esfera já dominante do campo económico sacrificando-lhe a sua liberdade. A forma publicitária do seu discurso serviu a partir de então a dimensão expressiva do capital.

Esta transferência do jogo de influências permitia ao novo poder político redefinir a sua estratégia de complementaridade em relação ao campo económico, consolidando a sua legitimidade no novo jogo de forças constituído pelo advento da industrialização.

A informação passa a desempenhar um papel imprescindível como agente de impregnação capilar do tecido social, de resolução dos conflitos entre os interesses legítimos mas divergentes dos diferentes campos sociais em presença, nomeadamente entre as forças sociais do trabalho e do capital.

Estes papéis, exerce-os a imprensa através dos mecanismos inerentes à sua natureza predominantemente discursiva. Nela delegam parte da dimensão expressiva os campos sociais instituídos, assegurando o Estado o controle sobre a tática consensual do seu discurso, indispensável para a co-habitação dos interesses divergentes no mesmo espaço geográfico, no Estado-Nação.

É a esta estratégia consensual que corresponde a ideologia massificadora do novo campo informativo. Graças ao discurso de massa, o Estado induz no tecido social comportamentos suficientemente homogêneos e previsíveis de modo a fazer relançar constantemente a máquina industrial, impedindo a saturação do mercado e orientando o consumo de acordo com as exigências do moderno campo económico. Mas o reflexo positivo da massificação, feito de estandardização das máquinas, dos produtos e dos modelos de vida, de especialização, de sincronização, de concentração e de centralização (1), tem incidências políticas importantes na constituição dos mecanismos formais da democracia.

Entre esses mecanismos, sobressai a forma publicitária do próprio mecanismo de legitimação do poder. A forma publicitária, de natureza mais sedutora do que repressiva, toma-se uma estratégia tanto do campo económico como do campo político. Do funcionamento da forma publicitária vai de facto depender a sobrevivência dos órgãos de informação mas dela dependerá de maneira cada vez mais clara e exclusiva a imagem fabricada pelo marketing dos próprios líderes políticos.

A escrita jornalística é outra técnica de massificação importante. O chamado ideal de objectividade do discurso jornalístico é uma tática de neutralização do olhar sempre relativo de um sujeito sobre o mundo e sobre a história de maneira a assegurar a indiscutibilidade da sua universalização e consensualidade.

Para esta neutralização universalizante contribui poderosamente a invenção da categoria da opinião pública. A opinião pública é esta entidade sem rosto e movediça, ao mesmo tempo sujeito e objecto de querer, referente impalpável de discurso, de natureza estatística, disponível, de que o poder político se vai precisamente servir como estratégia de legitimação. Simultaneamente sujeito soberano legitimante, equivalente à categoria do povo e objecto passivo da sedução, seduzida e sedutora, a opinião pública é a estratégia bélica em que se fundamenta a dominação das maiorias anónimas nos regimes democráticos modernos.

Em Portugal, devido sobretudo aos entraves que a ditadura impôs ao desenvolvimento industrial e à instrumentalização do Estado pelo capitalismo internacional na sua fase colonial, entraves que deixaram as portas abertas à exploração dos recursos sobretudo africanos pelo capitalismo dos países centrais, semelhantes formas de massificação só se vieram a implementar abertas depois de 1975 e têm vindo a desenvolver-se desde 1980. A programação das séries televisivas importadas dos países em que os capitais investidos nas guerras coloniais se reconverteram na indústria da informação (2), importação justificada por dificuldades de tesouraria da RTP, assim como a generalização das sondagens de opinião que acompanharam o hábito das eleições e as movimentações partidárias, inserem-se obviamente nesta estratégia massificadora, com o frenesim de um tempo a recuperar.

Semelhante estratégia corresponde de facto a imperativos impostos pelas multinacionais que projectam para países como Portugal, relativamente ilesos dos fracassos de uma época ultrapassada nos países centrais, a continuação dos seus sonhos de massificação.

Neste contexto, as disputas acerca da dependência política dos gestores dos meios de comunicação social, os habitantes e já crónicos amuos dos representantes partidários, as sanções e «colocações na prateleira» dos recalcitrantes constituem a quase totalidade das notícias publicadas sobre a comunicação social mas não passam de brigas domésticas insignificantes ao lado dos problemas de fundo que se jogam a outro nível, ao nível da partilha internacional pelo controlo do espaço estratégico que Portugal ocupa. São disputas de personagens desesperadas ao

verem desaparecer como fumo os pontos de referência herdados do passado em que a comunicação social servia de porta-voz aos interesses políticos e económicos de meia dúzia de famílias e ao verem sobretudo postas em causa as vantagens pessoais e partidárias que das suas posições no campo informativo contavam tirar.

*

O que entretanto está em jogo nestes finais do século XX é uma luta desesperada dos que são incapazes de conceber um modelo de informação diferente do modelo massificador ao serviço dos interesses partidários e económicos contra formas embrionárias de comunicação que se perfilam no horizonte de uma nova sociedade em gestação.

Dessas novas formas de comunicação e dessa sociedade é ainda impossível desenhar os contornos precisos, mas os indícios da sua natureza começam a surgir com clareza.

São formas que fazem apelo à conjugação dos recursos da informática com as telecomunicações, abatendo, por um lado, a fronteira dos Estados-Nações, constituídos a partir dos finais do século XVIII em conjunto com a sociedade industrial, e erigindo, por outro lado, teias transversais de múltiplas solidariedades fortemente diferenciadas ...

A tecnicidade pesada e profissional parece suceder nas novas organizações sociais em gestação a ideia de «bricolage» de natureza artesanal regida pela efemeridade dos modelos e das formas estéticas.

A comunicação de massa continuará sem dúvida a assegurar serviços imprescindíveis mas o seu fascínio começa já a decrescer sobretudo junto mais jovens e das populações urbanas, acabando por provocar uma espécie de desencanto generalizado.

Estas novas formas e modelos acompanham de perto a emergência de questões políticas e estratégicas inesperadas. Como diz Paul Virilio, «quando um utilizador da *citizen band* explica por exemplo que o seu emissor-receptor lhe permite falar "de preferência com pessoas que não conhece" entrar em comunicação "fora do seu círculo de afinidades geográficas", isto significa que o que não está *aí* presente prevalece de longe sobre o que está presente ... Aquilo a que se chama "a pressão do audiovisual" não é mais do que a expressão do declínio da unidade de vizinhança e, através deste fenómeno, da decadência próxima das políticas territoriais. Daí o descrédito insidioso em que cai, desde há cerca de vinte anos, a extensividade geopolítica em benefício de uma intensividade transpolítica insuspeitável, declínio do estado de direito, desregulação acelerada dos diferentes sistemas governamentais ... » (3).

De facto, no campo da informação, graças à instantaneidade e à aceleração dos fluxos informativos, máquinas de guerra dissuasora do real e da história, joga-se cada vez mais o fim das estratégias geopolíticas e assiste-se à emergência das estratégias transpolíticas globais de natureza dissimuladora. Nos media curto circuitam-se todas as territorialidades potenciais, gelam-se e satelizam-se todas as identidades bipolares fundadas tanto no tratado de Yalta como nas lutas descolonizadoras, percentem-se e anulam-se todas as diferenças reguladas pelas leis da partilha de influências e pelas leis económicas dos valores de troca, através da encenação mediática dos gestos singulares e gratuitos do terrorismo, da indiferença entre o gesto fatal e acidental da conflagração nuclear, da gratuidade e inutilidade da destruição total.

- 1) Ver A. M. Mattelart de *l'usage des media en temps de crise*, Paris, Ed. Alain Moreau, 1979.
- 2) Ver Alvin Toffler, *A terceira vaga*, Lisboa, Livros do Brasil, 1984, páginas 49-64.
- 3) Paul Virilio, *La stratégie de la tension* in *Traverses*, n.º 25, Paris, les Ed. de Minuit, juin 1982, p. 26.