



Nelson Trindade

Edição SocioSistemas
www.sociosistemas.com

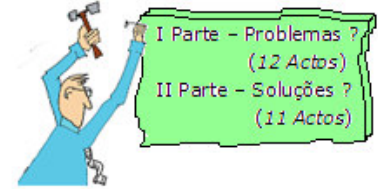


Lupa sobre a democracia _ Acto 6

... a notícia criou o céu e a terra ...

ou

... pregoiros no poder...



**No princípio foi a dúvida, depois
com a notícia nasceu a certeza,
e a certeza trouxe alegria:
... um militante tinha nascido.**

Para um determinado partido, a eleição estará tão mais garantida quanto maior for o número de *indecisos* que forem convencidos **antes das eleições**.

Por outras palavras, a certeza da vitória é tanto maior quanto mais a *opinião pública* estiver fielmente a seu favor, pois parte-se do princípio de que ela expressa o que pensa (e portanto irá fazer) o conjunto dos eleitores.

Na verdade, a eleição ganha-se por, antes do voto, existir uma boa imagem do futuro a ser obtido com esses votos. A ferramenta que constrói essa imagem de futuro chama-se *notícia*. O conjunto sequencial de notícias chama-se *campanha*.

Uma *notícia* é

**... eu saber aqui e agora o que aconteceu
(ou irá acontecer) onde eu não estou.**

Isto quer dizer que uma notícia pressupõe sempre um **intermediário** que nos trás essas informações através de um **relato**. Como é óbvio o relato depende de quem o construiu, daquilo que seleccionou como significante e da "arrumação " que lhe deu.

Em conclusão, não há notícias objectivas pois elas são sempre construídas na mente de alguém que faz o relato e, por essência, a mente desse alguém é sempre subjectiva, é "feita" por ele.

Na linha do pensamento de Piaget, quando um coelho come um repolho, não é o coelho que se transforma em repolho é o repolho que se transforma em coelho. Ou seja, quando alguém obtém uma informação (por ver, ouvir, viver etc.) ele não se transforma nessa informação, mas digere essa informação, transforma-a nele. Quando depois relata essa SUA informação, ela vai levar consigo toda a adaptabilidade (subjectividade) inerente à "digestão compreensiva e expressiva" do relator.

Assim, a relação directa entre o candidato e os eleitores é mediatizada por um terceiro elemento — a **notícia** — que vai gerar a **opinião pública**, que vai ter tantas nuances quantos os seus ouvintes.

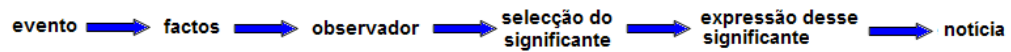
Com esta intrusão, surge na relação eleitor-eleito um terceiro poder — o **massmedia** — que como "pai" (produtor e difusor) da notícia produz e influencia o seu nascimento, mas não consegue formatar totalmente o resultado, pois ele vai depender também do "útero social", os ouvintes que vão dar a forma final à opinião (generalizada) pública.

Porém neste processo surge um **efeito perverso**.

Como foi atrás salientado a notícia é "eu saber aqui, através de um terceiro, o que aconteceu onde eu não estive". Quer isto dizer que a sucessão é:

1º - os factos criam a notícia

Para o criador da notícia, a lógica é:



ou seja, os factos reais são a causa do nascimento da notícia;

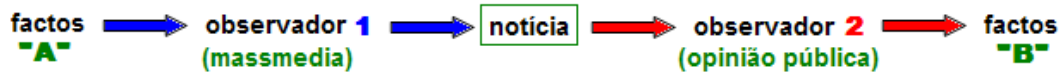
2º - a noticia cria os factos

Para o receptor da noticia, a lógica é:



ou seja, a notícia é a causa do nascimento dos factos "reais";

isto é, as duas etapas têm as causas e as consequências trocadas, a causa passa a efeito e vice versa:



o que levanta questões importantes:

Será que os factos que circulam na opinião pública são os factos reais que estão na sua origem ? O facto "A" será igual ao facto "B"? Será que as duas subjectividades (observador 1 e 2) criam imprevisibilidades na sucessão ?

Esta sequência faz nascer uma espécie de desordem e distorção na relação *causa-efeito*:

***são os factos que produzem notícia,
mas depois é a notícia que origina factos.***

A aplicação deste modelo à dinâmica das eleições permite perceber como esta inversão causa-efeito tem aplicação numa campanha.

No plano das eleições, a principal matéria prima são os eleitores, pois são eles que produzem decisões (votos) e são os votos que entregam o poder a alguém. Controlar as decisões (votos) é controlar o mercado do poder político.

Um dos principais elementos da decisão são os factos políticos eleitorais que circulam (e fazem viver) a opinião pública. Controlá-los é controlar a entrega do poder político.

Os factos que circulam na opinião pública "não são o que aconteceu, mas aquilo que os eleitores pensam que aconteceu" com base nas notícias recebidas, sejam estas coincidentes ou não com a realidade, e o seu receptor concorde ou não com elas, acredite ou não na sua veracidade. Em qualquer dos casos, elas vai fazer parte do material sobre o qual se constrói a decisão eleitoral¹.

¹ - [...o importante não é dizerem bem ou mal, o importante é falarem de mim, é eu ser um facto político..], [...um político morre quando desaparece dos jornais...].

Quando o efeito da contaminação da notícia nas mentes dos receptores-eleitores tem grande expansão e é colectivamente partilhado, essa notícia adquire uma qualidade nova: chama-se, **opinião pública**, e torna-se uma força política importante.

Tanto o Governo, como a Oposição procuram ansiosamente dominar este factor, tentando controlar o seu funcionamento e pô-lo ao seu serviço. É o alvo preferencial de qualquer campanha.

A opinião pública é um edifício construído por tudo aquilo que a memória colectiva **sabe e não sabe**. Quer isto dizer, que a forma do edifício tanto é condicionada pelo material de construção que teve, como pelo que não teve.² Ela é alimentada pela *existência de umas notícias* e pela *falta de outras*. A opinião colectiva é o resultado da estruturação deste conjunto de **existências e faltas**.

Esta dinâmica possibilita o fenómeno da profecia que se torna verdade.

Quer isto dizer, que não é a profecia a adivinhar o futuro, mas o futuro a obedecer à profecia. Se uma notícia for criada e se a opinião pública com ela se sintonizar, originando um querer colectivo, então o acto político pode nascer em concordância com esse querer (*caso normal dos linchamentos*).

Por outras palavras, "...o facto político torna-se o filho dilecto da notícia anteriormente veiculada".³

Nestas regras de jogo, quando a notícia se torna o fulcro da dinâmica, o homem político passa de decisor a *seguidor* ("follower": *cumpridor*) de notícias. O seu principal trabalho é tentar prevêê-las, descobri-las e antecipar-se-lhes e, no mínimo, colmatar os estragos. Ao mesmo tempo, enquanto procura controlar e apagar os *fogos noticiosos*, tenta também não ser a eles sacrificado, lutando por sobreviver o suficiente para ainda ser *jogador* no próximo fogo.

Deste modo, na vida política

o real passa para 2º plano e a notícia, construtora e expressora da opinião pública, passa para 1º plano,

criando assim todo o real ... quer no céu quer na terra.

Esta reviravolta no equilíbrio político faz nascer um novo grupo político: os construtores e divulgadores da notícia.

Na verdade ao serem os gestores dos meios de produção da opinião pública, quer no design do produto (notícia: jornalistas) quer na sua produção e difusão (massmedia) tornam-se os herdeiros directos, em versão moderna, dos pregoeiros medievais.

Mas, à diferença destes que nunca se tornaram poder na trilogia "Rei, Nobres, Clero", pois continuaram integrados no "Povo", os "pregoeiros de hoje" criaram independência e poder (4º poder) surgindo assim a dinâmica da política virtual com:

... os pregoeiros ao poder ...

*Dantes, numa crise corria-se para ouvir o pregoeiro e,
na praça pública com outros, pensava-se sobre o assunto.
Hoje, foge-se para casa, onde sozinho e em sossego,
se enfrenta o jornal, a televisão e a rádio.
A informação aumentou e a comunicação baixou.*

Uma notícia (saber o que não sei) necessita sempre de um **mediador**.

² - [... se a notícia fosse dada, a opinião pública mudaria ..], quer isto dizer que a opinião pública existente tem aquelas características, exactamente, pela **falta da notícia**.

³ - O que coloca uma pergunta interessante: Quem manda em quem ?

Este mediador tem tanto mais poder quanto mais o seu ouvinte está ávido das “**novas**” que o mediador trás consigo. O seu poder não depende da verdade dos factos relatados, mas da **avidez** de quem os ouve.

Um mediador de notícias com sucesso é um bom gestor dessa avidez e não da verdade. As primeiras páginas de um jornal são normalmente um bom exemplo deste conceito, pois pretendem ser um “anzol” que pesque essa avidez, mesmo que depois a informação não corresponda.

Um detonador da *avidez de notícias* chama-se uma **caixa**, muitas e boas *caixas* é criam um bom mercado, ávido da recepção das *novas* desse massmedia. Deste modo, o poder desse veiculo de notícias aumenta.

Uma *caixa* provoca também uma boa propagação da notícia no seio da comunidade, passando a fazer parte da memória colectiva. Deste modo, quer o receptor seja a favor ou contra uma notícia, ela passa a ser objecto do seu pensar, e torna-se foco⁴ do interesse da comunidade, transferindo outros temas para 2º plano.

Com estes mecanismos, o círculo está fecha-se:

o massmedia insere notícias na opinião pública, a opinião pública, directa ou pelo massmedia, alcança o actor político e este constrói decisões.

O 4º poder nasceu, ele vive por detrás do palco da cena política⁵.

Com efeito, o poder dos cidadãos encontra-se expresso no poder legislativo, governativo e judicial.⁶ Todavia, de acordo com o funcionamento descrito, nos interstícios destes poderes oficiais, vive, operativo e poderoso, este 4º poder que, influenciando as decisões representantes-representados, se introduz nessa relação, alimentando-a e dela se alimentando.

Os políticos conscientes desta dinâmica desinteressam-se do real como factor fundamental, e actuam com os olhos postos no que acontecerá à opinião pública se tomarem esta ou aquela decisão.

O mundo do virtual domina a cena da res-pública.

O motor da democracia passou para o 4º poder, dono do mundo virtual. O jogo democrático joga-se nos grupos eleitos (partidos) e num grupo não eleito (massmedia). Os cidadãos são espectadores⁷ que assistem ao espectáculo.

As regras do jogo são simples:

- 1-** a opinião colectiva dos cidadãos origina a eleição de representantes;
- 2-** os representantes agem politicamente;

⁴. É o chamado fenómeno da *priorização*, pois, quer seja importante ou não, torna-se urgente e adquire, por esse facto, visibilidade e notoriedade. As notícias não se combatem, destroem-se por esquecimento, apresentando outras mais notórias.

⁵. Porque será que tão naturalmente se fala em *cena política*, quando a origem do conceito é a cena teatral, a representação? Será porque em ambos os casos se assiste a situações mitificadas e isoladas do real, se bem que relacionadas com ele?

⁶. Quando estes três poderes não são expressão do poder dos cidadãos, mas estão ao lado e fora deles, é válido, então, falar de *sociedade civil* como o conjunto dos cidadãos sem poder. Como exemplo, as sociedades tipo comunistas, onde esta expressão criou significado e se vulgarizou [vide Ernest Gellner]. Não deixa, assim, de ser democraticamente preocupante o uso cada vez mais natural e frequente desta expressão, pelos diversos políticos democratas ocidentais, pela eventual verdade escondida que arrasta.

⁷. As TV não vendem programas, vendem *espectadores atentos* (níveis de audiência) às empresas de publicidade, obtidos através dos programas que lhes interessam.

- 3- os massmedia analisam, criticam e constroem notícias sobre a acção dos representantes;
- 4- os cidadãos recebem as notícias e constroem uma opinião pública;
- 5- a opinião pública transforma-se em opinião colectiva;
- 6- a opinião colectiva dos cidadãos origina a eleição de representantes.

O circulo fechou-se. A sua chave é a passagem da **opinião pública** difundida, pulverizada e estruturada no período entre eleições (4 anos?) à **opinião colectiva** que é expressa num dia de votação.

O jogo demora 4 anos e a decisão demora um dia.

E o que acontece nesse dia de votos em relação aos jogadores ?

Os eleitos podem, ou não, mudar, mas o massmedia não é afectado.

Os cidadãos retomam o jogo-espectáculo de "massmedia versus políticos" e esperam quatro anos para tornar a julgar apenas um dos jogadores (políticos), pois o outro (massmedia) é independente deles, na sua permanente função de vigiar e criticar.

Poderão os cidadãos viver descansados nesta democracia assim informada, vigiada e transparente ?

Analisando a *democracia virtual* verifica-se que ela tem um paradoxo instalado:

- aos políticos aumenta a responsabilidade e reduz-se o poder;
- aos massmedia aumenta o poder e reduz-se a responsabilidade;
- os cidadãos estão fora de jogo.

Os **políticos** vêem a sua responsabilidade agudizada e o seu poder diminuir, pois são permanentemente vigiados pelos massmedia, e paralisados pela opinião pública.

O **massmedia** adquire cada vez mais poder, mas a sua responsabilidade reduz-se, pois, perante um erro, as consequências são vagas.⁸ Tudo se dilui rapidamente na característica fundamental dos massmedia em que a vida explosiva e intensa do seu produto, tem obrigatoriamente memória curta, "...o brilho do palco apaga a moral da responsabilidade".

Os **cidadãos** vêem a sua responsabilidade e o seu poder diminuir simultaneamente, pois ambos são periodicamente entregues a eleitos que, paradoxalmente, não ficam a depender deles, mas sim dos partidos a que pertencem (que só dependem de si próprios).

Tudo depende de todos e ninguém depende de nada:

- Os políticos precisam dos eleitores para serem escolhidos e terem poder na sociedade; os massmedia precisam dos leitores/ouvintes para terem mercado e terem poder sobre os eleitos. Ambos precisam um do outro para jogar o jogo do poder. O cidadão é apenas a bola que se atira e salta entre os dois.
- No meio, os **partidos** comandam as decisões e, como fiscal de linha, a **opinião pública** avisa quando a bola sai fora num jogo cuja regra base é ...continuar em cena, o resto é secundário.

O círculo tornou-se vicioso. O sistema está em desequilíbrio. Mas, nesse desequilíbrio a questão é: **move-se em direcção a quê?**

Caminhando com...

... o nariz no umbigo ...

(Lupa sobre a Democracia_ Acto 7).

⁸. Perante um erro o *patrão abre falência, o político é demitido, mas o jornalista faz outra caixa* e recomeça.