

Nós, os Outros Existem

Fernando Moura

Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa

A televisão é a “indústria do espectáculo”, é uma indústria comum, regida pelas leis do mercado e cada vez mais apoiada pela concentração de capitais nos grandes grupos de comunicação (Wolton, 1994). É assim tida como um dos principais instrumentos de percepção e conhecimento do mundo para grande parte da população, contribuindo, desta forma, para a elaboração de representações acerca da realidade, distante ou não.

Não se pode considerar, no entanto, que isso venha a influenciar por completo as recepções dos públicos quanto à construção de suas próprias identidades ou à influência de comportamentos mas, sim, pode-se sugerir que ajuda a criar «identidades». A TV reforça também a noção de construção de um vínculo social, ainda que os telespectadores estejam distantes e dispersos. A possibilidade de criação desse vínculo social está relacionada com o facto de permitir uma espécie de “common knowledge” (Wolton, 1994), ligação dupla e antecipação cruzada, ligação especular e silenciosa.

De alguma maneira, então, a televisão cria a nossa representação do mundo, permite-nos imaginá-lo, estabelece parâmetros e mobiliza as atenções dos seus espectadores. Para alguns, a sua função principal é a de “informar” e esta informação não significa necessariamente conhecimento: “só a informação não faz compreender, pode-se estar muito informado, mas sem compreender”. Transforma, de alguma maneira a própria natureza do homem, e, diferentemente dos instrumentos de comunicação que a precederam, destrói mais saber e compreensão do que aquilo que possa vir a transmitir (Sartori, 2000).

É o espectáculo que caracteriza a televisão contemporânea. Sendo assim, na actualidade o que interessa pensar é o papel e o lugar da televisão no espaço público e o seu processo de espectacularização do dispositivo televisivo (Gonzalez Requena, 1990), já que a televisão tende a transformar-se no único espectáculo. “O objectivo primeiro da televisão é conquistar, manter e permanentemente ampliar audiência e, para tanto, é preciso que cada vez mais o espectáculo se faça presente, sempre de maneira original, explorando-se novas combinações de códigos, de géneros, de estilos que a tecnologia facilita” (Gomes, 1997)

Neste contexto, os jornalistas assumem um papel fundamental quanto à transmissão da realidade difundida pela TV, pois operam uma selecção e uma construção das informações que são emitidas. Para Bourdieu (2005), estes profissionais usam uma espécie de “óculos que vêem certas coisas e outras não”. Esse princípio de selecção liga-se à busca do sensacional, do espectacular, o que rompe com o habitual, mas que em nada altera as formas de pensar e reflectir sobre o mundo.

Sendo assim, a associação do Alto Comissariado para a Imigração e Minorias Étnicas (ACIME) e da Cais à iniciativa de abertura da **2:** à sociedade civil permite que desde 11 de Janeiro de 2004 a RTP emita o programa “Nós”. Porque é que este simples espaço é estruturante? Porque é um espaço onde os conceitos anteriores desaparecem.

O “Nós”, um magazine semanal, tenta ser dinâmico, alegre e comprometido. Integrar e acolher no seu espaço as comunidades que escolheram Portugal como país de acolhimento, privilegiando o enquadramento da riqueza cultural e social que as distintas comunidades trazem ao nosso país, através de histórias de vida, gastronomia, desporto, cultura (ACIME, 2007). Afinal, procura criar uma ponte de informação junto da sociedade civil, através da apresentação de entrevistas e debates sobre temas actuais; peças informativas sobre os direitos e deveres dos cidadãos imigrantes; ligação com as associações de imigrantes e serviços disponibilizados pela sociedade civil e o Estado.

O espaço da espectacularização fica de lado, o que é tido em conta é a diversidade cultural. A lógica deixa de ser a percentagem de audiência e passa a ser o Serviço Público, para a satisfação das diferentes necessidades de grupos e minorias, e a sua natureza não comercial (Serrano, 1998).

Os jornalistas, que até finais de 2006, eram na sua maioria imigrantes, (re)construíam a sua Diáspora no trabalho. Estes, como todos, criavam uma representação do mundo. Nos trabalhos existiam “óculos” mas não espectáculo. A notícia é uma construção (Giovannini, 1987), como tal o conteúdo era direccionado, como em todos os trabalhos jornalísticos, mas pretendia informar.

A construção do alinhamento e a sua representação era simples, clara, sem demarcações, mas pretendia construir uma «identidade social», onde a pluralidade e a diferença fossem positivas. A hipótese de dar tempo de antena aos outros, neste caso aos imigrantes, que também fazem parte desta sociedade, permitia, segundo Lipovetsky (1988), «existir», porque “nada existe se não aparece na televisão”.

Bibliografia:

- Bourdieu, P. (2005). Sobre a Televisão (M. S. Pereira, Trans. Terceira ed.). Oeiras: Celta Editora. Pág.14
- Castells, M. (2002). A cultura da Virtualidade Real: A integração da Comunicação electrónica, o fim da audiência de massas e o surgimento das redes interactivas. In *A sociedade em rede, a era da informação: Economia, sociedade e cultura* (Vol. I, pp. 431-488). Lisboa: Serviço de Educação e bolsas, Fundação Calouste Gulbenkian
- Giovannini, G. (1987). *Del pedernal al sicilio. Historia de los medios de comunicación masiva* Buenos Aires: EUDEBA.
- Gomes, G. O. (1997). Professores e meios de comunicação: desafios e estereótipos. In *Comunicação & Educação, N 10* (pp.58). São Paulo: CCA-ECA-USP/Moderna
- Lipovetsky, G. (1988). *A Era Do Vazio, ensaio sobre o individualismo contemporâneo*. Lisboa: Relógio D'Água Editores
- Requena, J. G. (1990). El discurso televisivo: Espectáculo de la posmodernidad. Madrid: Editorial Cátedra.
- Sartori, G. (2000). *Homo Viden –Televisão e Pós-pensamento* (S. Neto, Trans.). Lisboa: Ed. Terramar Pág. 71
- Serrano, Estrela (1998) “O espaço público e o papel do Estado na sociedade global da informação” in www.bocc.ubi.pt
- Wolton, D. (1994). Elogio do Grande Público – Uma teoria crítica da televisão (M. J. Goucha, Trans.). Porto: Editorial Asa.