

Introdução



Em 20 de Novembro de 2006, um grupo de investigadores, constituído no âmbito do ISCTE, candidatou-se a um concurso aberto pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social com vista à realização de um estudo sobre «Os Públicos dos Meios de Comunicação Social Portugueses». Aprovada essa candidatura, o contrato foi assinado pelos presidentes das duas instituições – ERC e ISCTE – em 29 de Março de 2007.

O texto que, a seguir, se apresenta, é o Relatório final do estudo referido.

I

Começemos por questionar o seu objecto: poder-se-á falar de “públicos”, a propósito dos meios de comunicação social?

A resposta à pergunta assim formulada exige uma reflexão a dois níveis: ao nível do estatuto dos sujeitos envolvidos e ao nível do seu grau de envolvimento.

Numa tese de doutoramento em Ciências da Informação e da Comunicação que apresentou à Universidade de Paris II, em Dezembro de 2006, intitulada *Télévision, migrations et enjeux identitaires: l'exemple de RTPi*, Manuel Antunes da Cunha, ele próprio filho de imigrantes, analisou profundamente as razões pelas quais a sociologia francesa ignorou, durante grande parte do seu percurso, os consumos mediáticos, sistematicamente associados aos graus inferiores da escala social. Citou, a esse propósito, Pierre Bourdieu que, nos anos sessenta, revisitou as diferentes práticas culturais em função do grau de legitimidade de cada uma delas e do estatuto social dos respectivos públicos. Da observação empreendida, Bourdieu concluiu pela existência de uma homologia entre produção e recepção de bens simbólicos. Destes, os mais elaborados estariam reservados às classes socialmente favorecidas enquanto os mais ordinários, deslegitimados pelos actores sociais, investidos do poder de construir a norma dominante, ficariam confinados às classes populares. Tal estruturação do campo sociocultural iria ter como corolário uma definição elitista de “público”. O verdadeiro “público” seria interessado, conhecedor, dotado de elevada capacidade de reflexão, consciente do significado e do alcance dos seus actos.

Assim sendo, os “públicos” dos media, em particular da televisão, nunca o seriam verdadeiramente. Porquê? Porque seguir pela TV um qualquer *fait-divers*, uma qualquer telenovela, um qualquer jogo de futebol não obrigaria a especial

competência. Meras banalidades do quotidiano. Destituídas de sentido. Praticadas por quem estaria excluído de aceder a formas nobres de cultura.

Sabe-se como, na segunda metade da sua vida de investigador, Pierre Bourdieu recuou nos conceitos anteriormente proclamados, arvorando a televisão e os seus efeitos na estruturação do espaço público em objecto de estudo fundamental. Uma televisão que lhe passou a merecer, aliás, doses idênticas de paixão e de ódio.

A moderna investigação sobre os media determina fronteiras e interdependências. Não se constrói um artigo para um jornal como para a televisão, embora os conteúdos jornalísticos e televisivos estabeleçam, entre si, relações miméticas. O público de um jornal é definível e a observação empírica, mais elementar, prova que ele não se reduz às classes populares. Nunca foi assim. Bem pelo contrário. E a evolução em curso, no campo dos media, prova que a tendência vai, cada vez mais, no sentido inverso. Com efeito, a Sondagem nacional que serviu de base ao nosso estudo mostra, sem ambiguidades, a relação directamente proporcional entre hábitos de leitura de jornais e níveis de escolaridade.

O erro poderia ter origem na confusão entre “media” e “televisão”, ou seja, ao relegar-se os media para o reino da banalidade, estar-se-ia a pensar, não nos media, em toda a sua diversidade, mas na televisão.

Só que, mesmo assim, a associação entre recepção televisiva e estatuto do telespectador não colhe. A Sondagem efectuada, também não admite dúvidas a este respeito. A televisão é transversal. É vista por todos. Independentemente do género. Dos anos de escolaridade. Da idade. Da profissão.

É certo que as telenovelas são seguidas em maior número por mulheres. Que o futebol interessa, sobretudo, os homens. Mas estes e aquelas não têm o exclusivo do visionamento de tais programas. Longe disso. Da mesma forma, os mais diversos estratos socioculturais coabitam no público do futebol. E no público das telenovelas

Como salienta Manuel da Cunha, na sua tese de doutoramento, mesmo se persistem desigualdades no acesso à cultura, o leque de gostos de todas as classes sociais é marcado, agora, por um notório ecletismo.

Decididamente, a mestiçagem é traço dominante na esfera de recepção televisiva.

Mas, para responder por completo à pergunta inicial, interessa analisar a natureza do comprometimento dos sujeitos nessa esfera de recepção.

Sociologicamente, o conceito de “público” vai para além de um aglomerado de indivíduos. Não se trata de uma entidade abstracta. Implica, antes, intencionalidades e imaginários sociais comuns (Defaï e Pasquier). Implica, como sublinha Louis Quéré, experiências específicas e específicas maneiras de agir e de resistir colectivamente. Implica, acrescenta Daniel Dayan, “estabilidade”.

Ora, e na sequência da investigação que levou a cabo, com Elihu Katz, sobre as grandes cerimónias televisivas, Dayan concluiu que havia tudo menos estabilidade na recepção de um programa de televisão. Uma recepção volátil. Efémera. “O público da televisão apresenta-se como um público imperfeito”, considerou. Donde a curiosa expressão que utilizou para o caracterizar: um “quase público”.

Assumimos a existência de “públicos” dos media.

Postulamos que a recepção de uma emissão de televisão ou de rádio, a leitura de um jornal ou de uma revista e, mais ainda, a participação num *blog* ou a troca de mensagens MSN realizam-se num lugar aberto de circulação de sentido, de cruzamento de histórias e projectos. Remetem para territórios sociais comuns. Daí a impressão de que, naquele preciso momento, mais alguém vê o que estamos a ver, ouve o que estamos a ouvir, lê o que estamos a ler. De que alguém comunga dos sentimentos que exprimimos via Internet.

Tacitamente, gera-se a percepção de uma experiência, de uma acção colectivas: nós e outros que desconhecemos em concreto, mas cuja existência adivinhamos, seleccionamos este mesmo jornal, esta mesma estação de rádio, este mesmo canal de televisão. Seleccionamos este mesmo artigo, este mesmo programa. Seleccionamos, enfim, este mesmo espaço virtual. E, depois, nós e outros gostaremos, ou não, mais ou menos, daquilo que seleccionámos.

Resta a questão da volatilidade, do efémero a que se refere Daniel Dayan e que o conduz a modalizar, na sua aplicação aos media, o conceito de “público”.

À ideia de um público estático, porque estável (estabilizado?), preferimos a ideia de um público dinâmico, porque aposta na mudança. Quando alguém muda de jornal, de canal de televisão, de estação de rádio ou de sítio na rede, inscreve-se no público que partilha, ou que imagina partilhar, a sua nova escolha.

Por isso, no campo dos media, cada entidade tem os seus públicos. Compósitos. Mutantes. E porque o real é segmentado e porque existimos numa pluralidade de contextos, cada um de nós é público de diferentes entidades mediáticas. Em simultâneo.

II

O estudo encomendado pela ERC inclui capítulos dedicados aos “públicos sensíveis”, expressão que convém, igualmente, clarificar.

Consideramos “públicos sensíveis” os que encontram, por motivos de ordem política, económica ou social, por incapacidades cognitivas ou por vulnerabilidade física, dificuldade em aceder ao espaço público e exercer plenamente a sua cidadania.

Os direitos destes públicos estão consignados na Constituição da República Portuguesa, na Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia, assinada em 2007, e na Convenção sobre Direitos da Criança, ratificada em 1990.

1. A Constituição Portuguesa, através do Art. 13, consagra o Princípio da Igualdade, determinando que todos os cidadãos têm a mesma dignidade social e são iguais perante a lei, independentemente de ascendência, sexo, raça, língua, território de origem, religião, convicções políticas ou ideológicas, instrução, situação económica, condição social ou orientação sexual. De forma mais específica, o Art. 15 define como iguais aos portugueses, em direitos e deveres, os estrangeiros que se encontram ou residem em Portugal.
2. A Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia reconhece a dignidade do ser humano (Título I, Art.1) e o direito à sua integridade (Título I, Art.3); proíbe toda a espécie de discriminação, nomeadamente em razão da idade (Título III, Art.21); reafirma os direitos das pessoas idosas a

uma existência condigna e independente, bem como à sua participação na vida social e cultural (Título III, Art.25).

3. A Convenção sobre Direitos das Crianças inclui o direito a serem ouvidas em matérias que lhes digam respeito e debruça-se sobre o modo como os meios de comunicação social as representam e as consideram enquanto públicos

No âmbito dos meios de comunicação social portugueses, esses direitos encontram-se salvaguardados e protegidos pelas Leis da Rádio, de Imprensa, de Televisão, Contratos de Concessão de Serviço Público da Radiodifusão Sonora e da Televisão, Código de Publicidade, Lei que regula a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), Directivas Comunitárias.

Distinguimos, de entre os “públicos sensíveis”, as crianças e jovens, os idosos e os imigrantes pelas razões a seguir enunciadas

1. Em Portugal, a atenção às vozes das crianças e às suas perspectivas está ainda relativamente ausente nos estudos de opinião e, mesmo, na própria pesquisa sobre crianças que se desenvolveu a partir da segunda metade dos anos noventa. Com frequência, as crianças estão ausentes das estatísticas, como que invisíveis ou silenciadas, embora tenha vindo a crescer o reconhecimento do seu peso nas economias familiares e respectivos consumos.
2. Na II Conferência Mundial sobre o Envelhecimento, realizada em Madrid em 2002, a ONU apresentou um quadro geral sobre as perspectivas de envelhecimento da população mundial e as suas consequências económicas, políticas e sociais nas próximas décadas. Nas recomendações finais, salienta-se o direito ao envelhecimento digno, à autonomia individual e aos cuidados básicos de saúde e habitação. Ao mesmo tempo, apela-se à implementação de medidas que promovam o envelhecimento activo, garantia de coesão social entre gerações, com destaque para as que encorajem a aprendizagem ao longo da vida e a utilização dos novos media e das novas tecnologias de informação e comunicação. É certo que o aumento da esperança de vida, fez avançar a idade a partir da qual se pode considerar alguém como idoso, termo cuja utilização não

é pacífica, aliás. Por outro lado, o ser-se “idoso”, ou “pessoa mais velha”, ou “cidadão sénior” – a designação varia de país para país – não significa, de imediato, ser-se particularmente “sensível”. Tudo depende, afinal, do contexto pessoal, económico, social e cultural em que se vive.

Dados referentes a Portugal indicam-nos, no entanto, que as carências, neste sector da população, se fazem sentir de uma forma mais profunda. No dealbar do milénio, a maioria dos pobres em Portugal era constituída por idosos e 41,6% dos reformados estavam incluídos na população pobre. Também o Roteiro para a Inclusão, editado pela presidência da República, em 2006, chamou a atenção para as elevadas taxas de pobreza entre idosos, muitos dos quais a viver sozinhos, sem escolaridade nem qualquer participação em actividades de grupo.

Pobres, socialmente desqualificados e não raras vezes sós. Mais vulneráveis, portanto a pressões perturbantes. Destabilizadoras. Incluindo as dos media

3. A década de 90, tal como se encontra exposto em relatórios nacionais e internacionais especializados e se tornou matéria de domínio público, trouxe grandes alterações ao tecido económico e social português, decorrentes da aplicação dos Quadros de Apoio Comunitário e da abertura da economia aos mercados globalizados. Portugal entrou na rota das migrações internacionais e os media, sobretudo a imprensa e a televisão, passaram a agendar com frequência estes fenómenos.

Análises quantitativas sobre a informação produzida, apontam para o crime e a violência como sendo as temáticas mais associadas às minorias, embora, nos últimos anos, tenham surgido temas mais abrangentes, introduzindo perspectivas mais favoráveis.

Atestam-no, múltiplos depoimentos registados nos Grupos de Foco que constituímos.

Paralelamente tenta-se avaliar, com base em metodologias de recepção, o modo como os conteúdos veiculados pelos media, sobre as minorias, são percebidos pelas mesmas minorias. Ainda muito parcelares e circunscritos, estes estudos apontam para a capacidade, sobretudo da televisão, em criar *atmosferas propícias* à eclosão de conflitos e tensões entre a sociedade dita maioritária e os grupos minoritários. Mas, embora cientificamente provada, a influência dos media na formação da opinião não autoriza determinismos.

Sem descurar os efeitos de dominação inerentes aos media, autores, como Michel de Certeau, consideram que consumir não é sinónimo de passividade ou docilidade. Reconhecendo que certas categorias da população, imigrantes, por exemplo, não dispõem, face aos órgãos de comunicação social, de igual capacidade crítica, quando comparados com naturais do país de acolhimento, Michel de Certeau empenha-se, contudo, em apurar as competências do consumidor para se apropriar do produto que consome e não ser inevitavelmente consumido por este. Nesta desigual relação de forças, às estratégias dos que detêm o poder, impondo os termos do debate público, responderiam os mais fracos com tácticas decorrentes das suas próprias experiências e necessidades pessoais.

Tal habilidade, foi visível nos Grupos de Foco cujas conclusões constam da V Parte deste estudo: imigrantes brasileiros encontram, nos meios de comunicação social portugueses, a forma de recordar músicas, paisagens, usos e costumes da sua terra; imigrantes, provenientes dos PALOP, depositam, neles, a esperança de saber o que se passa no seu país de origem; imigrantes dos países do Leste da Europa utilizam-nos como instrumento de aprendizagem da língua – factor indispensável a qualquer tentativa de integração económica, social e cultural, por mínima e temporal que seja.

III

Toda a investigação tem pontos fortes e pontos fracos. Nesta, destacamos como pontos fortes a qualidade da equipa reunida; o valor da base de dados criada, as pistas de investigação que abriu, no domínio das ciências sociais e humanas.

Coube-nos coordenar um grupo de investigadores de larga experiência e de competência reconhecida (ver Curricula em Anexo 1): Cristina Ponte, da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, e Maria João Malho, do Instituto de Apoio à Criança, responsáveis pela parte respeitante a crianças e jovens; Isabel Férin, do Instituto de Estudos Jornalísticos, da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra que se encarregou das partes relativas a idosos e imigrantes; Vidal de Oliveira, da Escola Superior de Comunicação Social, do Instituto Politécnico de Lisboa que preparou e supervisionou a Sondagem nacional; Rui Brites, do ISCTE, que chamou a si o processamento de dados. Todos foram inexecutáveis

na sua entrega ao projecto. Mas uma palavra muito especial é devida a Rui Brites, sempre pronto a responder às nossas solicitações. E que numerosas foram.

Aos investigadores principais, é justo acrescentar os assistentes de investigação cuja colaboração se revelou imprescindível, da tradução de textos, construção e ilustração de questionários e organização de Grupos de Foco à digitalização de dados: Marina Mendes, Isabel Pato, Liliana Lobo, Inês Gomes, Ana Margarida Jorge, Ana Filipa Duarte, Isabela Salim, Karita Francisco, Tiago Pereira, Luís Campos e Sousa.

As análises e as apreciações desenvolvidas neste Relatório sobre «Os Públicos dos Meios de Comunicação Social» constituem, apenas, um aproveitamento, entre muitos outros, da base de dados extremamente rica que a iniciativa da ERC possibilitou reunir. Colocada à disposição de estudantes e professores, de profissionais e empresários da comunicação social, do público que se interessa por questões desta natureza, ela poderá constituir um extraordinário ponto de partida para o conhecimento de uma actividade que, indiscutivelmente, condiciona o nosso quotidiano.

Verificou-se nas escolas da Grande Lisboa, onde lançámos o questionário que a mobilização de crianças e respectivos pais ou encarregados de educação dependia, directamente, do envolvimento dos professores. Se necessário fosse, estaria provado, assim, o papel insubstituível, como animadores de grupo, que os professores podem e devem desempenhar. Estaria igualmente provado, pelo entusiasmo com que as crianças aceitaram o desafio, a importância pedagógica de as confrontar com novos materiais, novas situações, novos objectivos.

A investigação permitiu constatar, também, o desconhecimento de muitos pais quanto aos assuntos que retêm, prioritariamente, a atenção dos filhos. Desconhecimento ou processo de auto-convencimento. Os filhos declaram utilizar a Internet, em primeiro lugar, para conversas e, depois, para jogos *on-line*. Interrogados sobre a mesma questão, os pais acham, ou dizem/querem achar, que os filhos utilizam a Internet sobretudo para procurar informação e para fazer os trabalhos de casa. Mais de 11% das crianças confessou abrir *sites* pornográficos. Quanto aos pais, raros foram os que admitiram essa possibilidade: 0,7% dos inquiridos.

Mas a investigação permitiu, ainda, estabelecer um paralelismo entre estatutos sociais e aquisição de equipamentos. É, justamente, nas famílias da pequena

burguesia - de execução, técnica ou de enquadramento – que se detecta a maior concentração, no quarto dos filhos, de computadores, televisores, telemóveis, consolas de jogos assim como uma panóplia de aparelhos de audição musical: Walkman, Mp3, Mp4, etc. Como se a vontade deliberada de promoção social se traduzisse pela propensão a rodear os filhos de todos os dispositivos susceptíveis de ajudar à sua educação/instrução. Em contrapartida, o que parece provar a hipótese anterior, nas famílias de alta e média-alta burguesia, os quartos dos filhos estão bem menos guarnecidos. É nestas famílias, também, que se regista uma avaliação menos positiva no que respeita à programação televisiva para crianças. Ao ponto de muitos pais declararem, peremptoriamente, não querer que os filhos disponham de televisão no seu espaço íntimo – o quarto.

E permitiu confirmar o papel fulcral da televisão junto dos idosos que nela encontram a desejada companhia. O receio manifestado pelas mulheres idosas no que toca a programação pornográfica. A convicção dos imigrantes de que a narrativa mediática distorce a sua imagem. O pouco sentido crítico da população em geral quanto à programação em horário nobre, que aprova; quanto à informação transmitida, na qual confia (embora, contraditoriamente, ache que os governos intervêm nos conteúdos noticiosos). Permitiu confirmar, enfim, a confiança, quase sem falha, no serviço público de Rádio e de Televisão como garante da pluralidade.

E pontos fracos?

O principal terá a ver com o grau de representatividade da sondagem. Duas hipóteses se nos deparavam à partida: ou uma amostragem mais vasta com um questionário mais ligeiro e entrevistas por telefone, ou uma amostragem mais reduzida com questionários longos e entrevistas directas e pessoais. Optámos pela segunda hipótese, situando-se em 2.205 o número de entrevistas efectuadas com uma duração média de 50 minutos. Ganhámos em profundidade, perdemos em extensão. Sobretudo no que respeita às regiões autónomas: 321 entrevistas, das quais 176 para a Madeira e 145 para os Açores, é manifestamente pouco.

A legislação em vigor condiciona a realização de sondagens junto de indivíduos com menos de 15 anos de idade. Para ultrapassar essa lacuna, e tirando proveito da colaboração prestada pela Direcção-Geral de Inovação e Desenvolvimento Curricular – DGIDC, assim como pelos Conselhos Executivos das escolas, dirigimos

um questionário a alunos com idades compreendidas entre os 9 e os 14 anos e outro aos respectivos pais ou encarregados de educação. Recebemos mais de 500 respostas emparelhadas. Por outro lado, e na perspectiva de resolver a aridez estatística que rodeia qualquer sondagem, organizámos doze Grupos de Foco, com idosos e com imigrantes, susceptíveis de nos transmitirem imagens reais, testemunhos vividos que nos transportassem para lá das medias, das maiorias e das minorias.

Só que, por razões logísticas, tivemos que nos limitar às escolas integradas da Grande Lisboa e, para os Grupos de Foco com imigrantes, aos protagonistas nomeados por Associações de imigrantes, também elas da região de Lisboa. Resultado: as opiniões recolhidas situam-se num quadro relativamente privilegiado. Pais mais informados. Imigrantes política e socialmente mais intervenientes.

Daí o contraste entre o tom acomodatório que ressalta das respostas à sondagem nacional, moldadas pelo “politicamente correcto”, e o ambiente de denúncia e, até, de revolta que perpassa em muitos dos testemunhos de imigrantes.

Uma palavra sobre a organização dos Grupos de Focos com idosos. Muitas foram as tentativas. Quase tantas como as recusas: apenas a Junta de Freguesia de Odivelas e o Centro de Apoio a Jovens e Idosos do Lumiar aceitaram participar no nosso projecto. Nos chamados Lares de Terceira Idade, que contactámos, sempre as portas se nos fecharam. Com o argumento de que o pedido era inoportuno. Seria interessante saber-se porquê...

Terminada a investigação – ou, pelo menos, parte da investigação já que, numa segunda fase, importaria fazer comparações à escala internacional – fica-nos a sensação de trabalharmos com uma realidade fluida, em transformação permanente. Ao longo de dezoito meses, tempo de duração deste estudo, a situação foi evoluindo. Qual a actualidade dos dados que reunimos e das observações que alinhámos?

JOSÉ REBELO