

A COMUNICAÇÃO SOCIAL E O CONHECIMENTO ESTEREOTIPADO: Os Novos Sacerdotes do Pensamento Único

FERNANDO NOGUEIRA DIAS*

Resumo

Este trabalho reflecte a preocupação de demonstrar que a concentração dos meios de comunicação social conduz a formas estereotipadas de conhecimento da realidade social. Tal pressuposto radica na simplificação, na repetição e na uniformização das mensagens veiculadas pelos órgãos de comunicação social, mecanismos que obedecem a critérios de racionalidade económica, que fazem com que as fontes de informação sejam cada vez mais reduzidas. Como consequência destes processos, desenvolvem-se nas sociedades democráticas sistemas de conhecimento homogéneos que condicionam as formas de pensar, de sentir e de agir dos actores sociais. Gera-se, por isso, um paradoxo: a diversidade de meios de comunicação não corresponde à heterogeneidade de mensagens que proporcionem uma escolha livre e racional, baseada na discussão e no confronto dialéctico da diferença.

Palavras chave

Concentração dos meios de comunicação, massificação informativa, mecanismos de estereotipia, sistemas de controlo da informação, domínio da informação, homogeneidade informativa, estrutura discursiva homogénea, heterogeneidade informativa, homogeneidade dos sistemas de conhecimento, efeitos cognitivos da comunicação, ordem social, opiniões estereotipadas, unanimidade de opiniões, pensamento único.

* Professor de Sociologia do Instituto Piaget e Reitor da Universidade Jean Piaget de Moçambique.

Introdução

O uso da metáfora que representa o subtítulo deste artigo aponta para o sentido de que os detentores dos meios de produção de informação, os diferentes profissionais que, directa ou indirectamente, a transformam, e os transmissores que lhe dão corpo constituem um universo de agentes e de actores sociais, cuja actividade contribui para a formação de um sistema com regras de funcionamento que obedece à lógica de produção industrial e às leis de mercado.

Neste contexto, a informação assume forma de produto, com estratégias de políticas comerciais baseadas numa filosofia de marketing mais ou menos aguerrida. Sendo neste processo imperativo maior a rendibilidade económica, a configuração organizacional das empresas de comunicação não deixa de reger-se por pautas de lucro máximo, a custos mínimos.

Dado que a concorrência obriga à constituição de empresas cada vez mais fortes, estas vêm-se compelidas a conglomerarem-se para se fortalecerem economicamente e tirarem maior partido dos seus recursos humanos e tecnológicos.

Tal concentração organizacional reduz e delimita as fontes de informação que hão-de alimentar a produção informativa de cada unidade que faz parte da constelação empresarial. É deste *emagrecimento* organizacional, baseado na racionalidade económica, e dos constrangimentos do mercado em que operam que surge a homogeneidade informativa.

Tal homogeneidade discursiva veiculada sistematicamente para a sociedade não pode deixar de condicionar o desenvolvimento dos sistemas de conhecimento individuais e colectivos. E entre os vários problemas que aqui se podem levantar, é de referir a falta de opções de escolhas informativas, já que estas condicionam a acção quer dos indivíduos, quer dos grupos, das comunidades e das sociedades.

Esta falta de opções está intrinsecamente ligada ao problema do controlo social, pois os sistemas de comunicação interdeterminam-se com os sistemas de cultura e do conhecimento. Estando os actores sociais na sua acção coagidos pelas parametrizações de tais sistemas, as suas formas de pensar, de sentir e de agir não deixarão de ser o seu reflexo.

É neste sentido que aqui se fala da emergência de uma nova ordem social, na qual impera o conhecimento estereotipado, superficial e passageiro. Isto porque tudo obedece ao comando da tirania do acontecimento. A diacronia dos fenómenos sociais e a biografia dos actores desencoraja a construção da notícia, porque o que está em causa é a novidade do *aqui e agora*.

Perante tal obsessão do acontecimento, a relação entre democracia e informação só pode ser superficial e frágil, já que os cidadãos não têm, de um modo geral, oportunidade de confrontar opiniões

contrárias ou tempo de processar a informação que lhes chega em catadupas. Desta forma, a livre discussão e o livre pensamento, baseados na racionalidade tão cara à sociedade moderna, afastam-se do conhecimento fundamentado, para dar origem a uma nova ágora, baseada no instantâneo.

O substracto do instantâneo reside na racionalidade económica, já que a exiguidade de tempo e espaço comandam quer a actividade informativa, quer a vida dos cidadãos. Podemos, assim afirmar que, o controlo da informação equivale ao controlo social – eis a nova ordem imposta pelos sacerdotes do pensamento único.

Os novos sacerdotes do pensamento único

Os novos sacerdotes do pensamento único estão entre nós e são os actores sociais que, investidos de poder económico para administrarem a nova espiritualidade aos seguidores do consumismo, anunciam aos fieis a necessidade de fidelização aos seus meios e mensagens. Únicas e verdadeiras, as mensagens destes representantes da nova ordem constituem a *boa-nova*, capaz de salvar as audiências da ignorância e de lhes proporcionar o conhecimento que os conduzirá à *terra prometida*: a bem aventurada sociedade da informação.

Estes sacerdotes, ainda que criadores relativamente recentes em Portugal da nova ordem, estão já a dar os primeiros passos para fortalecer a irmandade, criando, por isso, laços de fraternidade hegemónica com outros confrades do ramo e da banca internacionais.

Objectivando nobremente reduzir ao mínimo a complexidade e a heterogeneidade informativas - que só a legitimidade da racionalidade tecnológica e financeira pode sugerir - pretendem estes arautos da cidade ideal a *transparência comunicacional*, proposta por Wiener (s/d) na década de 40.

Quer-se, a todo o custo, um mundo mais claro, menos ambíguo. No fundo, um mundo *mais ordenado e limpo*, e só a circulação constante da informação *objectiva e oportuna* pode salvar as sociedades do *demónio entrópico*.

Nesta sociedade ideal, transparente, e por isso *neguentrópica*, o valor da comunicação reside em si mesma, independentemente dos dispositivos ou dos meios de expressão, e nela não há lugar ao caos.

O caos social, ou a opacidade comunicacional, é combatida pela informação, como se de um inimigo se tratasse. A informação neste tipo de sociedade é de todos e para todos, sem fronteiras nem valores que a refreiem, veiculada a um ritmo constantemente alucinatório, como se a sua paragem correspondesse à perturbação da ordem ou à paralisia social.

É assim a nova ordem, a nova visão do mundo. O homem vale agora pela exterioridade das suas relações comunicativas, pela sua capacidade relacional, baseada na *caixa negra da cibernética*. Esta

permite processar a informação do meio social, mediante *inputs* e *outputs* de informação, que mantêm o homem e a sociedade em equilíbrio. Desta forma, a interioridade do homem dá lugar à visibilidade das trocas comunicativas, visto ser aquela uma dimensão inacessível ao conhecimento do observador.

Por isso, a realidade reside agora na visibilidade comportamental, exterior e observável, que medeia as relações sociais e institucionais. Como nos diz o antropólogo canadiano Philippe Breton (1994), emerge um novo conceito de homem: o *homo communicans* – o homem comunicante, no qual os valores da sua interioridade se transpõem para a exterioridade das suas relações. O novo homem adquire, deste modo, o estatuto de máquina comunicante.

Assim, *tudo é comunicação*, defendem os precursores deste paradigma da transparência comunicacional. *Mesmo quando não comunicamos, estamos a comunicar que não queremos ou não podemos comunicar.*

Há aqui a irrupção de um novo princípio epistemológico na axiomática da Escola de Palo Alto: a realidade humana ou não humana, natural ou social é tomada como fluxos de comunicação: *tudo é comunicação*. É por isso que, à luz desta ideologia, deixa de fazer sentido distinguir os conceitos de comunicação e de informação. O que dissermos ou não dissermos, o que fizermos ou não fizermos, tem sempre valor de mensagem, independentemente de haver ou não *feedback*.

Trata-se, desta forma, de construir uma nova sociedade, que pretende exercer a democracia e exorcizar os medos da opacidade comunicacional, tão característico da Segunda Guerra Mundial. Procura-se, pois, combater as ditaduras, mediante a difusão maciça de mensagens e resolver os males sociais pela inclusão de todos no mundo da globalidade informacional.

Mas porque massificadas, para cumprir o requisito da *igualdade democrática*, as mensagens neste tipo de sociedade devem obedecer ao princípio da simplicidade e da redundância. Só que, neste processo, o diferente dilui-se, porque ruído, e os efeitos perversos surgem, dando lugar à *igualdade* redutora e estereotipada.

Esta igualdade, ou *mesmidade*, para usar a expressão do filósofo espanhol Ortega y Gasset (1989), arremessa-nos despudoradamente com a homogeneidade informativa. Não está, naturalmente, em causa a igualdade democrática no acesso aos meios de comunicação, pela qual os racionalistas tanto se debateram. Trata-se da *igualdade rasa* - do monolitismo dos sistemas de comunicação e, por via disso, das suas consequências nos sistemas de conhecimento.

Homogeneidade dos sistemas de comunicação e de conhecimento: o problema da escolha

O problema que se põe, então, à homogeneidade dos sistemas de comunicação e de conhecimento é que, entre outras, tem implicações políticas. Com efeito, como expressavam já os racionalistas (Ramonet, 1999: 75), *a uma informação zero corresponde uma liberdade zero*. Como pode, pois, nestas circunstâncias, o cidadão fazer escolhas racionais com base em opções zero? As escolhas implicam alternativas informativas, independentemente da diversidade dos meios de comunicação. E alternativas informativas são a consubstanciação da heterogeneidade, processo contrário à homogeneidade discursiva.

Diz-nos Dominique Wolton (1995: 167) que não há democracia quando o espaço público está dissociado do primado da crítica e da publicidade, visto que os meios de comunicação social são, por princípio, inseparáveis do espaço público e da democracia. Mas o grande problema que se nos coloca aqui é estabelecer as fronteiras entre a democracia e o controlo social.

De facto, quem se encontra no comando dos sistemas de controlo da actividade política tem sempre como dilema escolher entre liberdade e falta de liberdade informativa.

Qual, então, o problema em questão? É que, nas sociedades democráticas modernas, o controlo social e político tanto pode ser exercido pela falta como pelo excesso de informação.

Afirmar, pois, que há controlo da comunicação, e por consequência controlo do conhecimento, é contrariar visões ingénuas, e um tanto românticas, a maioria das vezes por ausência de suporte científico, de que os discursos e as mensagens da comunicação social são, por natureza, diversos e heterogêneos, já que diversos são também os meios de comunicação.

Ora, nem o facto de vivermos num País onde é expressa a liberdade de Imprensa como indicador simbólico de democracia, nem o facto da diversidade de meios de comunicação preencher o *écran* da nossa visão anulam a afirmação de que a comunicação e o conhecimento controlam a sociedade e esta, por sua vez, controla a comunicação e o conhecimento, mesmo nos regimes democráticos.

O controlo social e o conhecimento

Assim, ao propormo-nos equacionar a relação entre interesses económicos e meios de comunicação, que pela sua circularidade conduzem ao controlo dos conteúdos por si veiculados, e estes, por seu turno, indissociam-se do controlo do conhecimento das audiências, não temos em mente

uma visão mecânica e determinista do campo da comunicação, mas sim uma visão sistémica e integradora.

Nesta linha de pensamento, e segundo o sociólogo americano Talcott Parsons (1969 e 1974), os meios de comunicação social inserem-se no sistema social mais vasto, o qual se rege por uma ordem, sustentada por uma hierarquia de valores, de finalidades, e de meios para as atingir, de estratégias a desenvolver, de vias e de ritmos a optar, de interdependências funcionais e de visibilidade real ou simbólica, tornando-se este processo exequível mediante mecanismos cibernéticos de comando e de controlo (Quadro 1: *Sistema Social*).

É sabido que as sociedades industriais modernas se regem por princípios e valores próprios que ordenam a produção e a distribuição da riqueza, assentes em planos de acção estratégica bem definidos e em meios materiais e humanos de elevada capacidade para os alcançar. Mas nem sempre o cidadão comum toma consciência da força persuasiva que tais meios e recursos exercem na condução dos processos sociais e da sua própria vida.

É que, por força dos princípios democráticos, a conquista e a sustentação da propriedade dos meios de produção já não necessitam de recorrer à violência da força física directa, como no passado, mas sim, como nos afirma o sociólogo canadiano Alvin Toffler, à força da informação – à força do conhecimento.

De facto, existem hoje formas mais *delicadas* e *civilizadas* de conquistar e manter as posições adquiridas na estrutura social e controlar a ordem que as sustenta, sem ser à força dos músculos. Parafraseando o grande pensador francês Pierre Bourdieu, é da imposição de uma *violência simbólica* que se trata agora. Há, com efeito, nas sociedades modernas formas institucionalizadas de exercer o poder do controlo social e das mentes, sem provocar rupturas desequilibrantes.

A harmonia dos sistemas sociais a que Parsons faz referência tem a ver com esta ordem normativa e simbólica, a que todas as sociedades aspiram, independentemente do regime político que as inspira. Percebe-se, por consequência, que para os actores e agentes sociais se torna imprescindível criar e desenvolver os respectivos mecanismos e contextos que lhes possibilitam não só manter a ordem social, como alcançar as suas próprias finalidades.

Uma nova ordem social em emergência

Por isso, permitimo-nos afirmar que os aglomerados dos diferentes meios de comunicação social pertencentes a grandes grupos industriais e financeiros, bem como o poder que imana das grandes empresas de comunicação, das agências noticiosas ou das grandes redes de televisão,

conduzem, sem dúvida, as sociedades a desenvolver sistemas de conhecimento homogêneos, visto também os conteúdos dos seus discursos obedecerem à regra da simplificação e da homogeneidade.

Esta homogeneidade, se quisermos, esta estereotipia, como eu designo na minha tese de doutoramento (Dias, 1999), é produzida e reproduzida pelos meios de comunicação na vida dos cidadãos, como forma de construção e reprodução social (Berger *et al.*, 1999). Mas não só, também no ambiente específico das organizações de trabalho, das organizações religiosas, governamentais e universitárias.

Podemos, então, a este propósito falar da instauração de uma nova ordem, que começa a desenhar-se paulatinamente. É necessário, por consequência, determinar-lhe os contornos e descortinar os novos protagonistas do espaço público moderno. Que características tem e quem nela está interessado?

Trata-se de uma ordem na qual os sistemas de conhecimento estão a metamorfosear-se, e cujo estado final não se antevê, mas aos quais é já possível determinar algumas características: (a) transição do local para o global e do global para o local; (b) excesso de informação, que se constitui em ruído; (c) prevalência da informação unificadora, mas simultaneamente fragmentada e fragmentária, sem significado simbólico; (d) ausência de intersubjectividade na formulação das opiniões individuais e na construção da opinião pública; (e) ausência de intersubjectividade na construção das representações sociais e reificação das mesmas; (f) estereotipia nas concepções do mundo e da vida; (g) homogeneidade em lugar da heterogeneidade do conhecimento; (h) standardização em vez da singularidade; (i) uniformização, com nivelamento por baixo, em substituição da diversidade; (j) simplicidade em vez da complexidade informativa; (k) instantaneidade por oposição a processo histórico.

Com isto, estamos a referir-nos a uma ordem imbricada no campo social, cultural, económico, político, religioso, informacional e tecnológico. Parafraseando Alvin Toffler (1991), esta ordem corresponde à assunção dos *novos poderes* – o poder da informação e do conhecimento. Só que, a este tipo de poder não se lhe vislumbra o rosto. Como costume afirmar, *é o domínio da imaterialidade da gestão concreta do poder; sente-se mas não se pode atacá-lo, pois a sua visibilidade dilui-se na trama das estruturas legalmente institucionalizadas.*

Encontramo-nos, então, perante um poder *anónimo* que exerce o controlo indirecto do conhecimento, pela relação estabelecida com os conteúdos informativos dos meios de comunicação social que, por sua vez, dependem do controlo económico. O seguinte quadro (Quadro 2: *Sistema de Controlo do Conhecimento*) procura espelhar este raciocínio.

Assim, os interesses económicos conduzem os agentes sociais à concentração dos meios de comunicação, procurando simultaneamente estabelecer e manter a ordem social que lhes sustenta as suas finalidades. Para tal, fundamentam as suas opções nos valores da democracia e do livre mercado.

As suas pretensões são justificadas e expressas mediante as categorias sociais estratégicas, visando desta forma legitimar os seus discursos com os imperativos de racionalidade económica das empresas e dos seus recursos, logo um bem e um valor acrescentado para o País.

O conhecimento estereotipado como consequência

Como consequência deste sistema de controlo, a homogeneidade da informação e do conhecimento provoca nos actores sociais conformidade nas formas de pensar, de sentir e de agir e, entre outros efeitos, uma *décalage* entre a informação mediatizada e a experiência subjectiva de cada sujeito.

Afirma a este propósito o cientista social Ignacio Ramonet (1999: 26), no seu livro *A Tirania da Comunicação*, que o controlo dos meios de comunicação social não provoca, de forma automática, os seus efeitos. De facto, e como também nos mostra o sociólogo espanhol Enric Saperas, o controlo dos meios de comunicação actua nos sistemas de conhecimento em profundidade e a longo prazo. Todavia, nem por isso o controlo das mentes nos deixa de preocupar, mesmo que a longo prazo.

Com efeito, se considerarmos que os sistemas de conhecimento são o resultado complexo de um considerável conjunto de variáveis individuais, sociais e culturais, que se entrecruzam no tempo e no espaço, cuja impregnação deixa marcas na biografia de cada sujeito, deduzir-se-á que nem sempre a visibilidade comportamental explica a profundidade do ser humano, e por isso mesmo nem sempre a acção dos indivíduos assim é explicável.

O controlo do conhecimento é, por todas as razões, muito mais difícil de explicar nos regimes democráticos, onde, por princípio, nos parece não haver falta de liberdade informativa, do que nos regimes ditatoriais. Que explicação podemos encontrar para isto?

A verdade é que, como em democracia a informação tem por norma chegar a todos, os meios de comunicação vêm-se na necessidade de socorrer-se de mecanismos de massificação, de simplificação e de repetição, ou seja de estereotipia, já que a comunicação e a informação obedecem aos mecanismos de produção industrial e às regras de mercado.

É o que nos mostram os resultados da investigação por mim efectuada sobre os discursos da Imprensa Escrita relativos à droga e à toxicoddependência (Gráficos 1 e 2). Apesar de estarmos perante

um universo de jornais diários e semanários com características diferentes e projectos editoriais distintos, nem por isso a heterogeneidade discursiva se revela nos temas por eles abordados.

Os dados destes gráficos reportam-se a dois períodos, 1990-1992 e 1997. A sua configuração, tanto num como noutro período, é reveladora da homogeneidade discursiva da Imprensa Escrita sobre os assuntos em questão. Repare-se que os discursos dos diferentes jornais vão no mesmo sentido, pois incidem sobre os mesmos temas com o mesmo grau de relevância nos dois períodos.

Se compararmos estes períodos, exceptuando a dimensão *sociedade* que em 1997 baixou relativamente a 1990-1992, o comportamento discursivo da Imprensa Escrita é sensivelmente o mesmo. Ou seja: a homogeneidade discursiva dos jornais tanto se revela em cada período, uma vez que todos eles *dizem o mesmo*, como na comparação entre as duas fases, o que significa que com o evoluir do tempo se mantém a homogeneidade.

Qual a conclusão imediata a tirar destes resultados? É que, no decurso de três anos em análise, com um intervalo de cinco entre os dois períodos investigados, e apesar da diversidade dos jornais, o peso relativo dos diferentes aspectos analisados é o mesmo. Por outras palavras, os jornais apresentam sempre o mesmo grau de importância na estrutura das suas preocupações discursivas.

O que está então em causa? É a falta de liberdade política, no sentido comum do termo, ou um processo que se insere na nova ordem, cujos interesses e finalidades confinam os meios de comunicação social a um jornalismo de gabinete? Não será de estranhar, por isso, que os sistemas de conhecimento sobre a droga e a toxicodependência, alimentados ao longo dos anos por esta estrutura discursiva homogénea, conduzam as audiências a terem destes dois problemas representações sociais e opiniões estereotipadas em nada consonantes com a complexidade da droga e da toxicodependência.

O sociólogo português Adriano Rodrigues (1985) é bem elucidativo ao afirmar, a este propósito, que o discurso jornalístico é estereotipado, uma vez que a sua estruturação procura eliminar o esforço de interpretação por parte das massas, sendo estas alvo de um *...exército de novos profissionais (que) procura condicionar convenientemente (as audiências) através de estratégias retóricas adequadas*.

A tirania do acontecimento a comandar

Quais as implicações de tudo isto? Estes mecanismos de estereotipia conduzem a um nivelamento por baixo, pois, para cumprirem o requisito da massificação, os meios de comunicação social produzem e reproduzem a simplicidade e a redundância discursiva. É aquilo a que o filósofo espanhol Ortega e Gasset (1989), com um certo humor, denomina por *mesmidade*. Esta *mesmidade*, ou

homem-massa, como o autor também lhe chama, corresponde àquilo que preferimos designar como homogeneidade ou estereotipia dos sistemas de comunicação e de conhecimento.

Nestas circunstâncias, a informação é reduzida à sua máxima expressão simplista. A complexidade da vida social, bem como a história pessoal de cada actor são relegados pelos meios de comunicação social. O que importa é o instantâneo do acontecimento que, muito a propósito, Dominique Wolton (1995: 169-170) designa de *tirania do acontecimento*. A informação é por isso reduzida ao menor dominador comum.

Diz-nos o autor a este propósito que o valor da informação queda-se pelo valor do instante. Esta valorização assenta no domínio do novo, em desfavor de tudo o que é lento e complexo, que é de imediato abandonado pela falta de interesse.

O controlo dos conteúdos das mensagens não é nesta nova ordem anódino. Tudo é feito com vista à máxima eficácia da racionalidade tecnológica. Por isso, *controlo* é um conceito-chave do novo paradigma.

O controlo comunicativo feito, por exemplo, pelas entidades militares aquando da Guerra do Golfo, da Bósnia, do Kosovo, do Ruanda, entre outras, procurou produzir efeitos bem determinados na opinião pública e nos sistemas de conhecimento individuais e colectivos das audiências.

Se preferirmos, veja-se a forma como Clinton desviou a atenção dos meios de comunicação social do seu caso com Monica Lewinsky, ao alimentar tensões na região do Golfo em 1998. Ou, então, mais internamente, a forma como o próprio Procurador norte-americano conduziu o caso Clinton-Monica Lewinsky, que demonstra bem como o controlo da informação pode conduzir a estádios de homogeneidade de pensamento.

O regime democrático e a informação

Muito se tem falado e escrito ultimamente em Portugal acerca do salazarismo e dos seus discursos; livros têm sido escritos e teses defendidas em Universidades. Mas pouco tem sido feito sobre os discursos da comunicação social na democracia, e muito menos sobre o seu impacto nos sistemas de conhecimento. O sociólogo Paquete de Oliveira, na sua tese de doutoramento defendida em 1988, não deixou de demonstrar que, finalmente, em Portugal, o regime democrático não está menos isento do que os regimes totalitários no que concerne à censura – ou seja, ao controlo da comunicação e do conhecimento.

Adriano Rodrigues (1985) não deixa de dizer também, a este propósito, que a censura não é exclusiva do anterior regime, mas de todos os sistemas de poder. E vai mais longe, ao considerar que não há sociedades que não exerçam censura, o que nelas varia são as modalidades da mesma.

Se assim não fosse, haveria porventura razão alguma para que os protagonistas políticos, de maior relevância institucional, se rodeassem de assessores de imprensa, por norma jornalistas? E que dizer das empresas e das organizações nacionais e internacionais? Serão somente preocupações de imagem, ou será a preocupação de que haja um pensamento afinado pelo mesmo diapasão?

Exemplo elucidativo destas hipóteses são as reacções dos líderes políticos quando, publicamente e perante os meios de comunicação, de um modo geral em contextos oportunos, ou de maior visibilidade simbólica, expressam a *mágoa*, o *desencanto* ou a *tristeza*, etc., por a Oposição (qualquer que ela seja) criticar ou ter opiniões diferentes das suas. Que esperam os políticos por parte da Oposição e da Opinião Pública num contexto democrático, que todos pensem, sintam e reajam da mesma forma?

A confusão parece residir em confundir processos comunicacionais, necessários a qualquer acção, seja ela política ou não, com o consenso, a unanimidade de opiniões. Diz-nos Dominique Walton (1995: 183) que falar a mesma língua não implica, de modo algum, estar de acordo. Por outras palavras, direi eu, dominar o mesmo código linguístico não pressupõe homogeneidade nos sistemas de comunicação e de conhecimento.

Os argumentos da racionalidade económica

Como fora visto, os sistemas de comunicação alimentam os sistemas de conhecimento e, por sua vez, os sistemas de conhecimento alimentam os sistemas de comunicação. Por isso, o controlo de um dos sistemas implica sempre e de forma simultânea o controlo do outro. É um controlo intersistémico, configurado numa ordem de máxima previsibilidade, porque redundante, simples e homogénea.

A imposição desta ordem esconde-se nos discursos do liberalismo, da concorrência, do mercado, da racionalidade económica e das necessidades dos próprios meios de comunicação, como foi já visto. Daí as diversas fusões e contra-fusões, as aglomerações e segmentações de empresas de comunicação social, dando a ideia de diversidade e alternância na vida social, cultural e económica. A verdade é que não passa de um tabuleiro de xadrez, no qual mudam as estratégias, mas as peças não deixam fatidicamente de ser as mesmas.

Ao aumento de jornais, de rádios e canais de televisão não corresponde uma efectiva diversidade de discursos e de conteúdos. É que, a diversidade dos meios de comunicação é anulada pela lógica da concentração dos grupos financeiros. Por conseguinte, a luta não se situa propriamente ao nível das audiências, mas da detenção destes meios, unificados pelos interesses das classes que detêm os novos poderes (Rebelo, 2000).

Fazendo os diversos meios de comunicação parte de determinados grupos de interesses, geralmente de número bem reduzido, os imperativos económicos e a sua racionalidade obriga-os a veicular conteúdos já não recolhidos pelos seus profissionais de informação, mas adquiridos nas empresas externas aos meios de comunicação, pertencentes ao mesmo grupo económico. Socorrendo-nos das palavras de Ignacio Ramonet (1999: 51), os jornalistas, operários da nova máquina taylorizada, foram relegados para ...*a categoria de retocadores de despachos de agências*.

A estereotipia informativa, decorrente destes processos administrativo-financeiros, difundida pelos *todos diferentes, mas todos iguais* meios de comunicação releva da sua interligação, em círculo fechado, imitando-se por consequência uns aos outros nos conteúdos informativos.

Nas palavras do autor, está a dar-se uma deslocação do poder tradicional, vertical, para uma nova forma de poder, que assenta na *consensualidade da manipulação mediática*.

Nestes termos, podem imaginar-se as repercussões que tem o controlo dos meios de comunicação sobre os sistemas de conhecimento e, por consequência, sobre as redes de sociabilidade e sobre os mecanismos de formação de opinião pública. É que, para os receptores poderem confirmar a veracidade de uma informação só lhes resta a confrontação dos discursos dos diferentes meios de comunicação. Mas como os meios de comunicação pouco ou nada variam no seu discurso, dadas as razões já apontadas, às audiências não lhes resta outra alternativa, a não ser a de aceitar as mensagens como válidas, uma vez que todos eles dizem o mesmo.

Por outro lado, como os meios de comunicação se copiam uns aos outros, basta que um deles, ou uma agência noticiosa, crie um pseudo-acontecimento para que a informação entre em circularidade e se torne realidade (Ramonet, 1999: 45). A história dos meios de comunicação social está recheada de peripécias bens ilustrativas deste desejo de querer manter a todo o custo o espaço público iluminado pela candeia da informação permanente, mesmo que ela não seja verdadeira ou esteja desfasada da realidade.

Estou a lembrar-me de uma reportagem sobre a morte do líder angolano Jonas Savimbi, em Fevereiro de 2002. Os comentários da jornalista portuguesa que apresentava as filmagens eram no sentido de que a população de Luanda veio para a rua festejar aquela morte, o que era claramente notório não ser verdade. Mais à frente, quando foi dada a palavra ao jornalista angolano correspondente

da estação portuguesa de televisão, este teve necessidade de corrigir a jornalista portuguesa, dizendo-lhe que não havia população naquela filmagem, mas sim miúdos da rua, que naturalmente aproveitaram a presença das câmaras de televisão para se mostrarem.

A liberdade e o controlo da informação

Vão longe as virtudes do espaço público do século XVIII, apontadas pelo filósofo alemão Habermas, apropriadas e comandadas agora não directamente pelos actores sociais no seu quotidiano, ou pelos partidos políticos dos séculos XIX, mas pelos novos poderes.

Novos poderes a quem políticos, empresários e académicos emprestam deferências. É a inversão do papel dos meios de comunicação na nova ágora: tudo e todos convergem para os meios de comunicação, quando deveriam ser estes a convergir para o alargamento e enriquecimento do espaço público moderno.

Afirma categoricamente Dominique Wolton (1995: 168) que os meios de comunicação social não estão a contribuir, de forma decisiva, para o debate e a diversificação no interior do espaço público, embora reconheça, simultaneamente, que o espaço público mediatizado é, frequentemente, o único lugar simbólico onde coexistem as contradições sociais.

A crítica da opinião pública vai-se tornando cada vez mais dependente da legitimidade discursiva dos meios de comunicação social. Estas máquinas de mediação repercutem, até à intimidade dos indivíduos, a dominação do seu próprio poder, sem que as outras legitimidades sociais o possam controlar, acabando a racionalidade dos interesses dos novos poderes por fugir ao controlo regulador do Estado, refere Adriano Rodrigues (1985).

Esvaziado da sociabilidade humana, por força dos meios de comunicação, o espaço público moderno transforma-se num espaço vazio e anónimo, cuja actividade é quase imperceptível, mas omnipresente, sendo os indivíduos isolados uns dos outros à medida que a informação proveniente do mundo exterior invade o seu espaço íntimo.

Estamos perante uma nova censura, assevera Ignacio Ramonet, já não proveniente do autoritarismo político, mas radicando em critérios mais complexos: económicos, comerciais, tecnológicos ou excesso de informação. Excesso de informação que, de acordo com o pensador Edgar Morin (1995), se transforma em ruído, pois o receptor não tem capacidade de a processar e, por outro lado, não consegue, neste contexto, tomar consciência da ausência da informação em falta.

Outrora, dizia-se que, deter a informação era sinónimo de poder. Com efeito, adequava-se este raciocínio no sentido em que a informação era escassa. Não é, porém, o que se passa actualmente, em

que a oferta de informação é já avassaladoramente maior que a procura. O poder de os meios de comunicação controlarem o conhecimento deve-se agora não à falta (autoritária) de informação, mas ao excesso (democrático-liberal) da mesma, a qual se constitui em ruído permanente.

Exemplo disto é a nova era do diálogo em que vivemos. Tudo é pretexto para declarações públicas; tudo serve para tornar visível aquilo que não merece visibilidade. E, enquanto isto, a força dos novos poderes vai-se alimentando do *nada discursivo: senhores tele-espectadores, estamos aqui à porta do estádio de futebol, mas as portas ainda não abriram!*

Os novos sacerdotes do pensamento único são, de facto, quem detém os novos poderes. Por isso, os meios de comunicação social constituem, actualmente, não o chamado *quarto poder*, como foi considerado durante algum tempo, mas agora o *segundo poder*, diz Ignacio Ramonet (1999: 40). O primeiro será a economia, o segundo os meios de comunicação e o terceiro o poder político.

Ao comparar o conhecimento a uma mercadoria informacional, o filósofo francês François Lyotard (1989: 20) considera-a o aspecto talvez mais importante na competição mundial pelo poder. De tal forma que, para o autor, a luta dos estados-nações no futuro terá a ver com a informação, tal como no passado fora pelo domínio de matérias-primas e de mão de obra barata. Vêja-se, a este propósito, a forma como o mundo está a reagir, em termos de sistemas de informação, aos acontecimentos de 11 de Setembro de 2001 em Nova Iorque.

Que ética para o mundo da comunicação?

Para alguns autores e críticos, é necessária então uma nova ética, que dê lugar aos actores sociais e aos movimentos por eles protagonizados, de modo a contrariar a emergência e a hegemonia de oligarquias no controlo do conhecimento. Neste sentido, é fundamental a diversificação dos meios de comunicação, mas igualmente fundamental a garantia de diversidade dos sistemas de conhecimento, por forma a darem sentido à vida de cada sujeito; para que cada homem, ainda que igual aos outros, possa sentir-se diferente de todos eles: simultaneamente único, singular, num mundo partilhado.

A liberdade de comunicação não pode, neste sentido, reduzir-se aos interesses manifestos ou latentes da indústria da comunicação. Para além destes, existem também os valores, as aspirações e os interesses dos indivíduos e das comunidades.

Para isso, necessitam os sistemas sociais - sem desvirtuarem os princípios democráticos que os norteiam - de um olhar mais atento ao fenómeno da concentração dos meios de comunicação e um acompanhamento vigilante aos efeitos que tem a sua acção no espaço público.

Com efeito, não pode confundir-se liberdade democrática e de comunicação, com concentração hegemónica dos meios de comunicação. A predominância de um só tipo de discurso pode significar já não a liberdade, a diversidade, mas o empobrecimento comunicacional e de pensamento.

A resolução deste problema passa por os sistemas sociais proporcionarem o maior número de discursos heterogéneos. E porquê esta preocupação com a heterogeneidade comunicacional? Como afirma Ramonet, *...não há comunicação sem compreensão e é o filtro da compreensão que orienta e delimita a [absorção] das mensagens*. Aquilo a que ele chama *A tirania do espaço público* refere-se à *unidimensionalidade de um tipo de discurso na interpretação dos fenómenos da sociedade e da cultura*.

Qual, então, o papel do Estado nesta matéria? Ora, o problema que se coloca entre o papel do Estado e o papel do mercado no campo da comunicação acaba por não ser fácil de resolver: quem deve regular o campo da comunicação? O Estado ou o mercado?

Se é verdade que a tutela do poder público gera, por vezes, injustiça, não deixa de ser menos verdade que, colocar os meios de comunicação exclusivamente nas mãos das leis do mercado poderá, igualmente, gerar outras formas de injustiça e de exclusão social, nomeadamente se tivermos em consideração o seu papel no desenvolvimento da acção dos indivíduos.


Bibliografia

- AUGRAS, Monique (1970) *Opinião Pública, Teoria e Pesquisa*, Rio de Janeiro, Editora Vozes.
- BERGER, Peter *et al.* (1999) *A Construção Social da Realidade*, Lisboa, Dinalivro.
- BRETON, Philippe (1994) *A Utopia da Comunicação*, Lisboa, Instituto Piaget.
- CÁDIMA, Francisco Rui (1996) *História e Crítica da Comunicação*, Lisboa, Edições Século XXI.
- CAZENEUVE, Jean (Direcção) (s/d), *Guia Alfabético das Comunicações de Massas*, Lisboa, Edições 70.
- CORREIA, João Carlos (1998), *Jornalismo e Espaço Público*, Covilhã, UBI.
- DAYAN, Armand, (s/d) *O Marketing*, Mem Martins, Publicações Europa-América.
- DIAS, A. Fernando Nogueira (1999), *A Imprensa Escrita, a Droga e a Toxicodependência: Da Massificação à Estereotipia dos Discursos*, Tese de Doutoramento em Sociologia, UBI.
- DIAS, Fernando Nogueira (2001a), *Droga e Toxicodependência na Imprensa Escrita, Discurso e Percurso*, Lisboa, Instituto Piaget.
- DIAS, Fernando Nogueira (2001b), *Sistemas de Comunicação, de Conhecimento e de Cultura, um Olhar Sociológico*, Lisboa, Instituto Piaget.

- ESTEVEES, João Pissarra (1998), *A Ética da Comunicação e os Media Modernos*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian e JNICT.
- GASSET, Ortega Y (1989), *A Rebelião das Massas*, Lisboa, Relógio d'Água.
- LAGNEAU, Gérard (s/d), *A Sociologia da Publicidade*, S. Paulo, Editora Cultrix.
- LAMPREIA, J. Martins (s/d), *O Serviço de Imprensa nas Relações Públicas*, Mem Martins, Publicações Europa-América.
- LYOTARD, Jean-François (1989), *A Condição Pós-moderna*, Lisboa, Gradiva.
- MATTELART, Armand (1997), *A Comunicação-Mundo, História das Ideias e das Estratégias*, Lisboa, Instituto Piaget.
- MCLHUAN, Marshal (1997), *A Galáxia de Gutenberg*, São Paulo, Cª Editora Nacional.
- MESQUITA, Mário (Org. de), (1995), "Comunicação e Política", *Revista de Comunicação e Linguagens*, Lisboa, Edições Cosmos, 21-22.
- MORIN, Edgar (1995), *Introdução ao Pensamento Complexo*, Lisboa, Instituto Piaget.
- OLIVEIRA, José Manuel Paquete de (1988), *Formas de Censura Oculta na Imprensa Escrita em Portugal no Pós 25 de Abril* (Dissertação de Doutoramento em Sociologia), Universidade Técnica de Lisboa.
- OLIVEIRA, José Manuel Paquete de, (1992), "A Integração Europeia e os Meios de Comunicação Social", *Análise Social*, Vol. XXVII (118-119).
- PARSONS, Talcott (1969), *Sociedades, Perspectivas Evolutivas e Comparativas*, São Paulo, Livraria Pioneira Editora.
- PARSONS, Talcott (1971), *O Sistema das Sociedades Modernas*, São Paulo, Livraria Pioneira Editora.
- QUINTERO, Alejandro Pizarroso (1996), *História da Imprensa*, Lisboa, Planeta Editora.
- RAMONET, Ignacio (1999), *A Tirania da Comunicação*, Porto, Campo das Letras.
- REBELO, José (1998), *Contribuição para o Estudo das Práticas Discursivas do Salazarismo*, Dissertação de Doutoramento em Sociologia, ISCTE.
- REBELO, José (2000), *O Discurso do Jornal*, Lisboa, Notícias Editorial.
- RODRIGUES (1990), Adriano Duarte, *Estratégias da Comunicação*, Lisboa, Editorial Presença.
- RODRIGUES, Adriano (1985a), *Figuras das Máquinas Censurantes Modernas*, retirado em 13 de Julho de 2000 da world wide web: [gttp://bocc.ubi.pt](http://bocc.ubi.pt).
- RODRIGUES, Adriano (1985b), *O Público e o Privado*, retirado em 27 de Julho de 2000 da world wide web: <http://bocc.ubi.pt>.
- RODRIGUES, Adriano Duarte (1994), *Comunicação e Cultura, A Experiência Cultural na Era da Informação*, Lisboa, Editorial Presença.

- SAPERAS, Enric (1993), *Os Efeitos Cognitivos da Comunicação de Massa*, Porto, Edições Asa.
- SFEZ, Lucien (1994), *Crítica da Comunicação*, Lisboa, Instituto Piaget.
- TOFFLER, Alvin (1991), *Os Novos Poderes*, Lisboa, Livros do Brasil.
- WIENER, Norbert (s/d), *Cibernética e Sociedade*, São Paulo, Editora Cultrix.
- WOLF, Mauro (1987), *Teorias da Comunicação*, Lisboa, Editorial Presença, 1987
- WOLTON, Dominique (1995), "As Contradições do Espaço Público" in *Revista de Comunicação e Linguagens*, Lisboa, Edições Cosmos.

Quadro 1 - Sistema Social segundo Parsons

<i>Sistema Social</i>			
Imperativos Funcionais	Elementos Estruturais	Hierarquia cibernética da Acção Social	Conjuntos Estruturais
Estabilidade Normativa	Valores	Rico em Informação  Rico em Energia	Socialização
Consiste em assegurar que os valores da sociedade sejam conhecidos pelos seus membros e que estes os aceitem			<ul style="list-style-type: none"> • Família • Ensino • Meios de Comunicação Social • Igrejas • Empresas
Integração	Normas		Direito
Consiste em assegurar a coordenação entre as partes que compõem o sistema			<ul style="list-style-type: none"> • Aparelho Judiciário
Prosseguimento de Fins	Colectividades de Indivíduos		Política
Consiste na definição e obtenção de objectivos para o sistema e/ou para os indivíduos que o constituem			<ul style="list-style-type: none"> • Estrutura Política
Adaptação	Papéis Sociais	Económico	
Consiste no conjunto de meios a que o sistema recorre para prosseguimento de fins		<ul style="list-style-type: none"> • Estrutura Económica 	

Quadro 2: Sistema de Controlo do Conhecimento

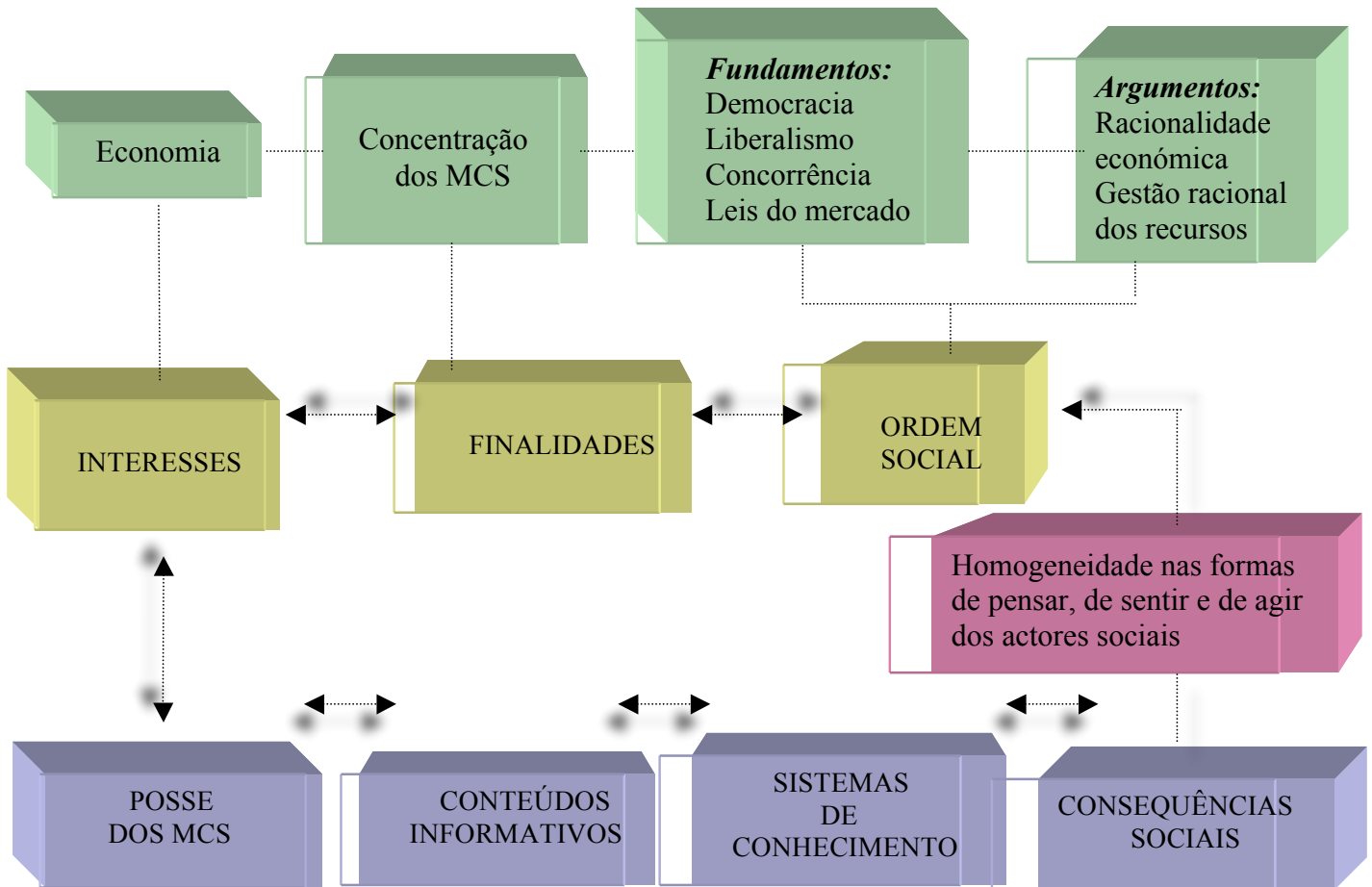


Gráfico 1: Estrutura dos Discursos dos Jornais (1990-1992)

Dimensões (%)

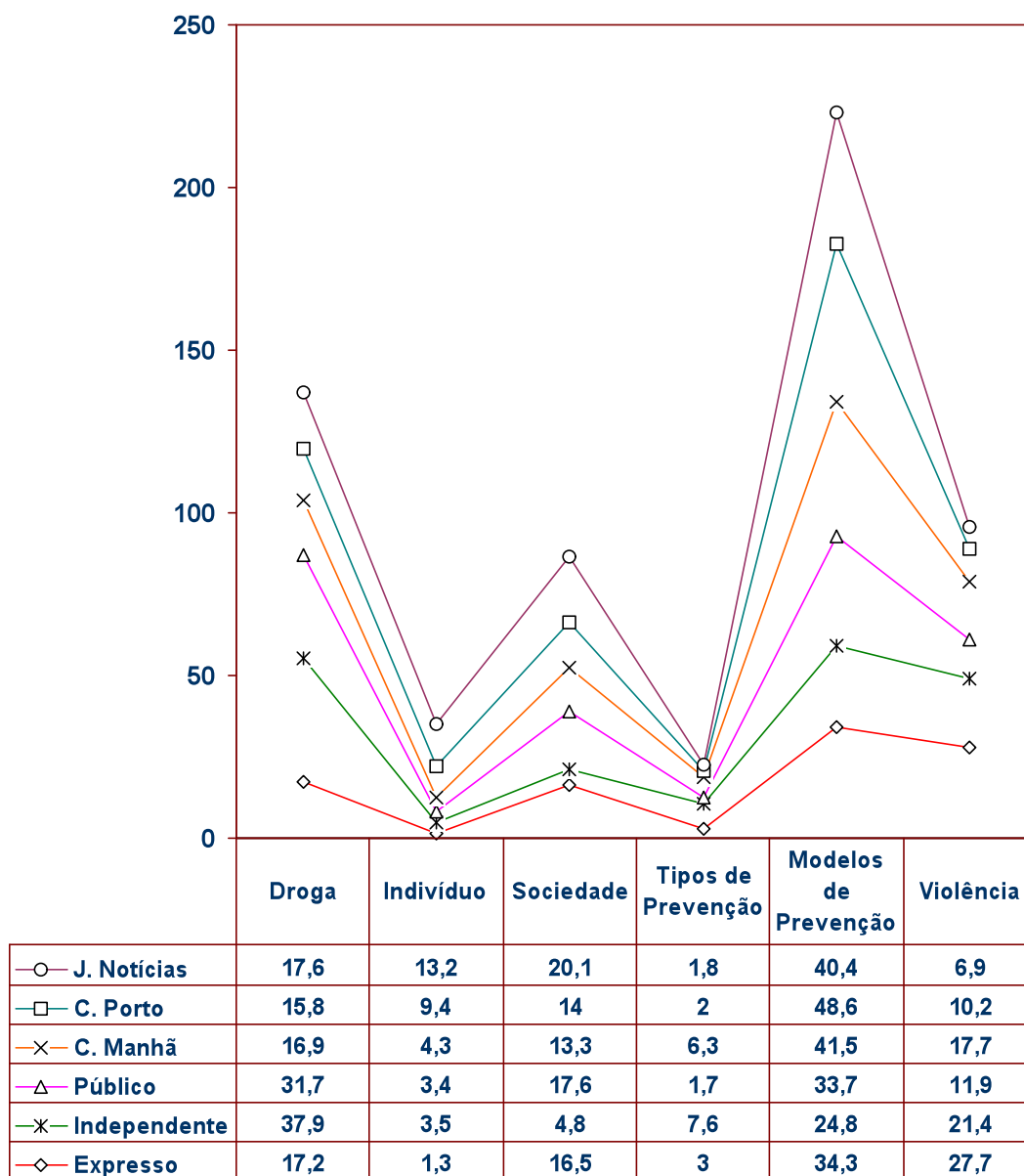
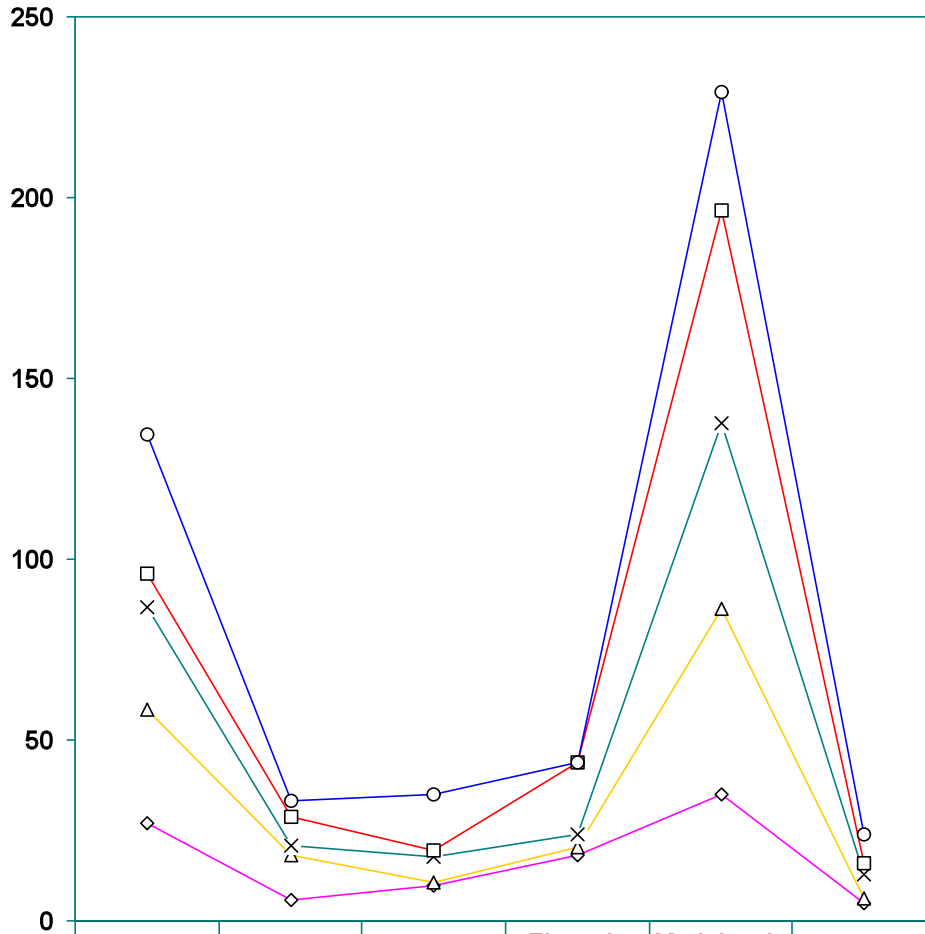


Gráfico 2: Estrutura dos Discursos dos Jornais (1997)

Dimensões (%)



	Droga	Indivíduo	Sociedade	Tipos de Prevenção	Modelos de Prevenção	Violência
—○— J. Notícias	38,8	4,8	15,7	0	32,9	7,8
—□— C. Porto	9,3	7,7	1,5	20	58,5	3
—×— C. Manhã	28,4	2,8	7,3	3,4	51,3	6,8
—△— Público	31,4	12,5	0,8	2,5	51,5	1,3
—◇— Expresso	26,8	5,6	9,8	18	35	4,8