



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais  
Diversidades e (Des)igualdades  
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.  
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II  
Campus de Ondina

## A OPINIÃO PUBLICADA EM PORTUGAL: UMA *FACE DE JANUS* NO ESPAÇO PÚBLICO DEMOCRÁTICO

Antónia do Carmo Barriga

(Universidade da Beira Interior, Portugal)

acab@ubi.pt

### Apresentação

Neste texto pretendemos abordar à “opinião publicada” ou divulgada em Portugal, particularmente, reflectir sobre as “colunas de opinião” que incidem sobre política nacional, sobre os media que as veiculam e os autores que as assinam<sup>1</sup>.

Deste modo, introdutoriamente, traçaremos o panorama da evolução da publicação da opinião – na actualidade ela atinge uma enorme importância e visibilidade não só no plano mediático mas, numa relação de forte interdependência, também no plano político e social.

De seguida, referir-nos-emos às estratégias e lógicas a que obedece a valoração desses espaços nos media – pois nunca tanto como hoje os media se autopromoveram através da opinião publicada ou difundida de colunistas, colaboradores, comentadores ou auto-proclamados analistas.

Por fim, tentamos pensar o papel das “colunas de opinião” nesse percurso que vai do espaço público (habermasiano) ao espaço público mediatizado, tentando apresentar algumas respostas às questões assim sintetizados e agrupados: Existe pluralidade e

---

<sup>1</sup> Esta comunicação emerge da investigação realizada para a tese de doutoramento, defendida no ISCTE-IUL em 2009, intitulada “Media, Política e Opinião – uma tríade complexa - uma abordagem à opinião publicada em Portugal”, Lisboa, ISCTE-IUL, ISBN: 978-989-8154-55-2, 2007, disponível em <http://hdl.handle.net/10071/1381>



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais  
Diversidades e (Des)igualdades  
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.  
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II  
Campus de Ondina

diversidade na opinião que é tornada pública? Os media, dessa forma, contribuem para uma maior democratização do espaço público ou, ao invés, para o seu “afunilamento”? Será que as colunas de opinião se aproximam do modelo do tratamento (espetacularizado e espetacularizante) da política que é habitualmente feito pelos media (ampliado nos media audiovisuais, dado as marcas que indiciam a vacuidade do seu discurso evanescente sobre a política) ou, pelo contrário, como é expectável, introduzem racionalidade na análise da actividade política, propiciando a reflexão sobre ela, constituindo-se como um reduto de resistência a essa lógica formatada?

### **1. *Comentário Político: uma forte presença nos media portugueses***

A presença da “Opinião” no jornalismo não é um aspecto inteiramente novo, na medida em que se pode dizer que se recupera e intensifica uma dinâmica que vinha muito de trás. Os primeiros antecedentes da opinião publicada em Portugal podem, pois, datar-se do início do século XIX, quando se observou um grande desenvolvimento da imprensa de opinião, impulsionado, em muito, pelos liberais portugueses regressados do exílio, que transpuseram para Portugal as técnicas e os processos jornalísticos mais recentes.

Não obstante a pujança de algumas crónicas e cronistas bem como a intensa proliferação de títulos jornalísticos no período pós-revolucionário, com forte conotação político-partidária, é entre a década de 80 e 90, fruto das profundas alterações no sistema dos media que surgem projectos jornalísticos que em muito impulsionaram a opinião publicada. Na imprensa escrita, destacamos o semanário *Independente*, em Maio de 1988 e o diário *Público*, em Março de 1990, ainda que outros jornais e outros media ajudassem fortemente a consolidar essa tendência. Assim, indissociáveis desta tendência de valorizar a opinião estiveram o aparecimento da TSF – rádio jornal, em 1988 (que assentava muito da sua estratégia na presença de comentadores) e das televisões privadas – SIC, em 1992 e a TVI, no ano seguinte. Posteriormente, em 2001, o canal temático, por cabo, SIC Notícias teve



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais  
Diversidades e (Des)igualdades  
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.  
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II  
Campus de Ondina

um contributo decisivo, na medida em que não só exhibe frequentemente modelos de comentário político – a sós, em duo, ou com grupos restritos de figuras – como sugestionou os outros canais a fazê-lo.

A estratégia de ter comentadores permanentes nos jornais televisivos (durante o seu decorrer, a comentar as notícias ou no final dos jornais), tendo sido impulsionada com o surgimento da SIC Notícias, popularizar-se-ia com a TVI, através da presença do influente Professor de Direito e ex líder do PSD, atual segundo maior partido político com assento na Assembleia da República Portuguesa, Marcelo Rebelo de Sousa. O facto de as televisões promoverem os espaços de opinião teve repercussão nas estratégias dos jornais, que também aumentaram a visibilidade e a valorização do comentário escrito.

Assim, a crescente relevância (ao nível político, social, mediático) que a opinião publicada começa a adquirir em Portugal na década de oitenta, consolidando-se na década seguinte, atinge o seu apogeu nos nossos dias.

Esta situação resultou das profundas mudanças que se operaram na paisagem mediática (não deixando de ser para elas um contributo). Tais mudanças foram marcadas por três situações: a reorganização do sector da imprensa, o reordenamento do espaço radiofónico e o fim do monopólio televisivo (Paquete de Oliveira, 1992:378)

Atualmente, e num contexto de feroz concorrência e de concentração da propriedade dos media, o panorama atual na imprensa dita de referência portuguesa caracteriza-se por uma forte presença de colunistas, o espaço dedicado à opinião nos jornais bem como o número de colunistas tem indubitavelmente aumentado. Manuel Carlos Chaparro, comparando alguns aspectos do jornalismo português e brasileiro, define a imprensa portuguesa como “histórica e culturalmente vinculada à escola francesa”, onde, “mais do que os factos, as ideias dão tom aos jornais mais conceituados” – pendor que é também conferido pelo lugar nobre que esses textos de opinião ocupam e pelo espaço que lhes é concedido<sup>2</sup>. A

---

<sup>2</sup> Chaparro ilustra esta situação com um exemplo: o Público de 11 de Abril de 2004, ocupou com artigos (de opinião), oito das onze páginas iniciais da edição, tendo sido o desporto, com dez páginas (do total de sessenta



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais  
Diversidades e (Des)igualdades  
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.  
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II  
Campus de Ondina

importância das colunas de opinião no jornalismo atual é claramente perceptível pela sua forte presença na maioria dos jornais. De resto, os diferentes media, incluindo as rádios e televisões, incrementaram, de modo sistemático, a presença do comentário, do debate e da análise da actividade política.

## 2. Das “inovações tecnológicas às estratégias comerciais

O incremento do papel dos colunistas em Portugal deve-se a razões várias, entre elas as que estão ligadas à inovação tecnológica e às estratégias empresariais. A inovação tecnológica contribuiu para que a informação passasse a ser contínua, em directo, em "tempo real", reduzindo o tempo entre o momento em que as coisas ocorrem e o momento em que passam a ser divulgadas; tal faz com que também o tempo e o espaço que o jornalista detinha para a interpretação e para o comentário tivessem diminuído, o que abriu caminho a que outros ocupassem esse papel (Rebelo, 2000: 25).

Por outro lado, pode admitir-se que "o registo do comentário ou da análise corresponde, em regra, a uma forma de contornar o predomínio do discurso dos actores políticos, considerado uma "cassete" monocórdica e doutrinária." (Mesquita, *Jornal Público*, 24/8/2003). Podemos também, à semelhança de Cantavela, entender o sucesso das colunas e crónicas de opinião face à sua capacidade de não se limitarem, de forma distante, ao relato daquilo que vai sucedendo na actualidade: nunca tanto como hoje o indivíduo se sentiu rodeado por tantas notícias e nunca antes como agora, dada a dispersão, houve a necessidade de reunir coerentemente e dar sentido a esses factos (2004:404).

É de supor que todo o texto assinado suponha um ponto de vista que compromete, a vários níveis, também o jornal. As razões do jornal para a sua inclusão podem ser várias. Pode fazê-lo precisamente porque o considera pertinente tendo em conta a sua linha ideológico-editorial (Moreno Espinosa, 2003); mas pode fazê-lo, justamente, na *contra-mão* dessa

---

e quatro que teve a edição), a única editoria a superar o espaço da opinião. ("Observatório da Imprensa", Junho de 2004)



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais  
Diversidades e (Des)igualdades  
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.  
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II  
Campus de Ondina

linha, optando por dar voz a opiniões díspares da sua e díspares entre si, recolhendo dividendos dessa tal alusão à (ou “ilusão” de) pluralidade.

No entanto, é também através da "selecção" que fazem dos colunistas, do destaque que lhes dão ou não, que os jornais consolidam a sua "política de opinião" definem a sua identidade e cada um se afirma como *sujeito semiótico*, no entendimento que Landovski (1989: 157) lhe dá, enquanto entidade susceptível de ser reconhecida pelos seus leitores, não só enquanto personalidade jurídica mas também em resultado do seu estilo, do seu perfil.

Contudo, tal não deixará de ser também uma estratégia comercial com vista à obtenção de ganhos de audiências. No contexto atual, marcado pela feroz lógica de mercado em que se luta pelas melhores audiências e, nos jornais, contra o declínio do número de leitores, tem aumentado a concorrência entre os diversos media, disputando a contratação de determinado colunista de referência (cuja opinião se tornou emblemática, e por isso, viu o seu capital simbólico reforçado).

Em consequência das dificuldades (crise) que a imprensa vem enfrentando - assiste-se à tendência do decréscimo na circulação e nas audiências dos jornais de *papel*, acompanhando a tendência verificada em muitos países - parece haver uma aposta noutros “produtos” que valorizem os jornais. Ora, a opinião parece ser um desses produtos/estratégias de valorização. Parafraseando Mário Bettencout Resendes, emblemático Director do Jornal *Diário de Notícias*:

“um jornal de referência assenta, cada vez mais, uma parcela importante do seu valor acrescentado na qualificação, interesse e pluralidade dos seus colunistas (...)

E a forma de transformar o custo de um jornal num investimento para quem compra está menos na divulgação de factos que dificilmente serão novidade do que na capacidade de os contextualizar e aprofundar no terreno da opinião, de preferência com a chancela do nome de um comentador credível” (Jornal *Diário*

*de*

*Notícias*

12/1/2006).

O “valor” que é atribuído à opinião de certos colunistas, transparece também nas estratégias promocionais de fazer *chamadas de primeira página* à "carteira" de novos colunistas ou



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais  
Diversidades e (Des)igualdades  
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.  
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II  
Campus de Ondina

nas campanhas publicitárias que os jornais exibem, em que a opinião promove o jornal, aparecendo como um valor que lhe acrescenta qualidade<sup>3</sup>. Esta estratégia de valorização e, simultaneamente, de autonomização desse produto, pode observar-se também na criação de *títulos referenciais*, como “*Espaço Público*” ou “*Opinião*”. No entendimento da opinião como um “conteúdo valioso”, que tem por fim aumentar e diversificar as receitas económicas dos jornais, Mário Bettencourt Resendes propõe a rentabilização da opinião através do patrocínio das colunas, argumentando que “ (...) os programas de debate político e os espaços de opinião na rádio e na televisão deram já esse passo, sem que se sinta qualquer condicionalismo por parte dos intervenientes” (Jornal *Diário de Notícias*, 12/1/2006).

### **3. Do espaço público ao espaço público mediatizado – da “opinião tornada pública” à “opinião publicada”**

No atual cenário - há muito traçado por vários autores – fortemente marcado pelos “constrangimentos” e “contradições” – na terminologia de Wolton, (1995) – do espaço público mediatizado (entendido enquanto realidade sociológica na qual os media se assume como elemento estruturante e constitutivo), as colunas de opinião, enquanto produto jornalístico e veículo específico de expressão de ideias, comportam o risco de corroborarem esse diagnóstico, através da sua contribuição, reproduzindo as actuais linguagens e motivações jornalísticas dos media que as integram.

Mas comportam também a potencialidade de se constituírem como um reduto, um espaço de resistência a essa lógica subordinada à “ditadura das audiências” e à implacabilidade do mercado, que estereotipa, simplifica e espetaculariza a informação; comportam a potencialidade de alargarem democraticamente o espaço público (quer pelo acesso da

---

<sup>3</sup> Veja-se, a título de exemplo, como o Expresso, em Janeiro de 2006, é publicitado: “Mais e melhor opinião no expresso”; “opiniões que contam”; ou o anúncio publicitário, de Novembro de 2004, em que o Público utiliza a metáfora “O ‘Público’ tem coluna” (ver Revista “Pública” de 14/11/2004, p. 73).



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais  
Diversidades e (Des)igualdades  
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.  
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II  
Campus de Ondina

pluralidade de protagonistas quer pelos temas trazidos a debate), de lhe acrescentarem racionalidade, contribuindo para a sua revitalização. Dito de outro modo, e usando a analogia de Habermas (1981:230) utilizada para analisar as contradições e ambiguidades dos media, elas podem apresentar a dupla face de Janus: iluminista e guia; informação e propaganda; pedagogia e manipulação.

Elas são, assim, um contributo para cumprir as promessas nascidas com a formação da esfera pública no século XVIII – entendida, na concepção habermasiana, enquanto ideal normativo da discussão racional, como um espaço privilegiado do exercício da crítica (atitude que esteve subjacente à imprensa de opinião), da racionalidade? Ou, e ainda que em simultâneo, definem-se pelas (e nas) contradições já intrínsecas à formação/evolução (e formulação habermasiana) da esfera publica burguesa?

Referimo-nos a uma esfera pública especificamente burguesa, de onde outras classes (os não proprietários) e as mulheres eram excluídas (apenas os homens eram admitidos na sociedade dos cafés, as mulheres apenas participavam da esfera pública literária), donde resultava a inexistência de igualdade de oportunidades no acesso e, por essa via, a negação da acessibilidade universal; caracterizada pela ideia de que é possível os interlocutores sobrelevarem as suas diferenças e deliberarem como se fossem iguais; pela ideia que de que a multiplicidade de públicos concorrentes é um afastamento da democracia; pelo confronto entre dois tipos de publicidade – a própria das cortes feudais, a representativa, e a publicidade critica e democrática (que emerge do iluminismo); e reportando-se a um processo que culmina na “refeudalização” da esfera publica (colonização do mundo de vida pelo mundo dos sistemas):

“ (...) à medida que as pessoas privadas se tornavam públicas, a própria esfera pública assumia formas de fechamento privado. (...) O debate crítico e racional do público também se tornou uma vítima desta “refeudalização”. A discussão como forma de sociabilidade deu lugar ao fetichismo do envolvimento na comunidade por si só” (Habermas (1962: 158).

Mas fará sentido procurar na esfera pública burguesa (há muito em declínio) argumentos, contra – argumentos e tendências para interpretar o espaço público da actualidade, num



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais  
Diversidades e (Des)igualdades  
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.  
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II  
Campus de Ondina

tempo em que, como o próprio Habermas (1992, 1996) reconhece, o espaço público é plural e heterogêneo? Na atualidade, como nota Keane (1995), as estruturas espaciais de comunicação estão em convulsão, assiste-se à erosão da antiga hegemonia da vida pública (limitada territorialmente, estruturada pelo Estado, mediada apenas pelos media convencionais), pelo que se tornam obsoletos os ideais convencionais de uma esfera pública unificada em que os cidadãos lutam por “um bem público”, passando a sobrepor-se e a interconectarem-se várias esferas públicas - “esferículas públicas” separadas, como diz Gitlin (1998).

Faz algum sentido procurar indícios na “opinião tornada pública” do século XVIII para “ler” a “opinião publicada” da actualidade, num tempo em que não só o espaço público contemporâneo (agora designado de mediatizado) como o próprio campo dos media, que lhe é indissociável, com características tão diversas de outrora, não param de se reconfigurar, acentuando a “refeudalização” do final do século XIX – a razão crítica entre os cidadãos volta a dar lugar ao espectáculo perante as massas?

Como o próprio Habermas (1981:203-233) assinalou, há muito que se desfez a “caixa de ressonância” de uma camada culta e educada no uso público da razão; o público dividiu-se, por um lado, em minorias de especialistas cujo uso da razão não é público e, por outro, na grande massa de consumidores receptores. De resto, o pensamento de Habermas representando uma mundividência de tipo neo-iluminista, que postula uma reconstrução da racionalidade moderna sob a forma de racionalidade comunicativa (em que o discurso supõe uma componente reflexiva e crítica), onde os agentes argumentativos aspiram à validade universal dos seus argumentos, é contestado por muitos autores, entre eles Luhmann, representante da “mundividência” pós-moderna, e que com ele polemizou (Luhmann/Habermas, 1971, 1983)<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Efectivamente, são inúmeras as críticas à teoria de Habermas sobre a esfera pública e diversos os autores que as têm elaborado, ao ponto de hoje se verificar uma certa saturação (François et Neveu, 1999). Fraser (1992), representante dos “gender studies” figura marcante do feminismo e da crítica social americana, é uma dessas autoras que, mais do que colocar em causa o princípio do modelo normativo do espaço público, são os



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais  
Diversidades e (Des)igualdades  
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.  
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II  
Campus de Ondina

Importa relembrar, e recuando, que na concepção de Habermas (1962) o conceito de esfera pública se reporta à formação na modernidade de uma instância crítica de exercício crítico da razão e de legitimação de decisões de poder, marcada pelo universalismo da participação dos cidadãos e pela abertura aos temas que eram objecto de discussão (ainda que o aparecimento do conceito, enquanto meio de interação entre os cidadãos no processo de circulação e tomada de decisão política, possa reportar-se à Grécia clássica). Como Habermas repetiu incansavelmente, esfera pública é um espaço onde “tudo se torna visível a todos”. Os cidadãos associavam-se e reuniam-se nas cidades, em espaços públicos específicos criados para o efeito – os então criados palcos de discursividade dialógica. Assim, através de um discurso racional e crítico (é a noção kantiana do uso público da razão), da crítica e da problematização, gera-se a opinião pública, moldando ou orientando a política geral do Estado.

Na argumentação habermasiana, é, pois, na mudança estrutural da esfera pública – em que ao longo do século XVIII a esfera pública liberal se foi definindo como espaço de mediação entre o Estado e a sociedade civil – que se origina um novo princípio de legitimidade política, assente numa nova definição de publicidade e de opinião pública. Assim, na segunda metade desse século, a exposição da opinião livre do cidadão dá origem ao aparecimento da categoria da opinião pública e à sua institucionalização enquanto campo autónomo de legitimidade, instância do saber (em oposição ao querer do soberano), da honestidade (em luta contra a corrupção), da razão (ao invés do obscurantismo). Ela é, na terminologia de Luhman (1992), o “soberano secreto” e a autoridade invisível da sociedade política, o poder invisível do visível. Opinião pública, significa então, opinião iluminada, conhecida – “tornada pública” – à qual todos podem aceder e para a qual todos os cidadãos podem contribuir. O público torna-se, pois, uma instância de decisão e de legitimidade, um autêntico sujeito de discurso, passando a arrogar-se do direito e do dever de informar e ser informado (Rodrigues, 1985:10-11)

---

pressupostos sobre os quais repousa o modelo de Habermas que contesta.) Cf, também Thompson (1995), Schudson (1995), Keane (1995), McGuigan (1996), Gitlin (1998)



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais  
Diversidades e (Des)igualdades  
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.  
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II  
Campus de Ondina

Ora, como é hoje evidente, a forma actual da opinião pública, ainda que mantendo um estatuto de referência fundamental da vida política, difere significativamente deste modelo e evidencia sinais de crise. Como constata Esteves, a opinião pública dos nossos dias resulta da crise do modelo liberal e das condições sociais particulares que marcam o processo de desenvolvimento das nossas sociedades, em particular, a democracia de massa e a intensificação e aceleração dos fluxos de comunicação e de informação. Podendo dizer-se que a opinião pública de hoje não é apenas uma opinião de massa, mas também uma opinião mediática (Esteves, 1997:1).

No entanto, fica aqui implícita a ideia que, em nosso entender e por razões várias, revelam-se muito pertinentes os indícios da “opinião tornada pública” do século XVIII para melhor interpretarmos a “opinião publicada” da actualidade.

Referira-se, contudo, que em nosso entender, a opinião sobre a actividade política que é tornada pública, através do discurso e da intervenção pública dos seus protagonistas, acrescenta “racionalidade” ao espaço público mediatizado. Porém, não se constitui como um reduto ou espaço de resistência à lógica subordinada à “ditadura das audiências” e à implacabilidade do mercado, não se constitui como uma “linguagem” verdadeiramente alternativa à dos media noticiosos (as metáforas utilizadas, por exemplo, são as mesmas).

Tal foi confirmado pelos resultados que obtivemos na pesquisa empírica efectuada, nomeadamente os que emergiram da “análise de conteúdo” efectuada a 566 textos de opinião publicados em 4 jornais portugueses – Público, Diário de notícias, Expresso e Independente.<sup>5</sup> Partimos do pressuposto que era possível constatar a natureza e teor dos

---

<sup>5</sup> Estiveram em análise dois períodos: um primeiro que vai de 1 de Outubro até 16 de Dezembro de 2001, correspondendo ao período prévio às eleições autárquicas; e um segundo, cronologicamente contínuo, que se situa entre o pós-eleições autárquicas e as eleições legislativas de 17 de Março de 2002. Contextualizando politicamente o período em análise: após a derrota eleitoral do Partido Socialista nas eleições autárquicas de 16 de Dezembro de 2001, que conduziu à demissão do Primeiro-Ministro António Guterres e à convocação de eleições legislativas antecipadas, realizadas a 17 de Março de 2002, Portugal sofreu “uma viragem” política. Encerrou-se o ciclo do “Guterismo” (6 anos) e iniciou-se a governação do partido vencedor (O PSD), sob a liderança de Durão Barroso.



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais  
Diversidades e (Des)igualdades  
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.  
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II  
Campus de Ondina

“comentários” e o “clima de opinião” predominante entre o corpus de colunistas seleccionado, tendo em conta a sua “leitura” da situação política do país. Como perspectivavam a actividade política e que imagens apresentavam dos seus protagonistas? - foi a questão principal. Em concreto: eram favoráveis ao Partido Socialista e ao Governo? Ou, pelo contrário, eram-lhes muito críticos? Defendiam os partidos da oposição e as alternativas políticas?

No cômputo geral, durante os dois períodos analisados, foi notório um generalizado mal-estar e descontentamento face ao poder socialista. A governação socialista, o “guterrismo” e o PS foram, pois, ferozmente criticados por todos os colunistas de todos os jornais. Contudo, também não são defendidas ou apontadas quer medidas quer alternativas políticas para o país. À actividade política e à classe política aponta-se-lhes, assim, um indisfarçável desprestígio e descrédito.

#### **4. É o colunismo um *lugar de afunilamento do espaço público democrático?***

Atualmente, assiste-se em Portugal (à semelhança de outros países) a uma simbiose de energias entre a imprensa, a televisão e a rádio, que resulta numa forte transitoriedade e omnipresença dos mesmos actores (maioritariamente do sexo masculino): os comentários televisivos são publicados na imprensa dita de referência e é nos espaços de opinião desta que são recrutados os comentadores da televisão e da rádio, com um predomínio de jornalistas e políticos com posições hierárquicas de topo (seja na direcção dos media, seja na cúpula dos partidos políticos).

Isto é, à transitoriedade dos colunistas tem-se juntado outra tendência: a da acumulação de vários registos de opinião em diversos media numa só pessoa. Nesta tendência, não

---



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais  
Diversidades e (Des)igualdades  
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.  
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II  
Campus de Ondina

exclusivamente portuguesa, é frequente os jornalistas com posições hierárquicas de topo (como o caso dos directores dos jornais e das rádios) serem também presença habitual na televisão, conjuntamente com os políticos, aos quais se atribuem qualidades comunicativas (uma dessas “qualidades” ou mais valia será certamente a facilidade de ser reconhecido pelo público -notoriedade que os próprios media ajudaram a construir). De igual modo, muitos dos colunistas que escrevem na imprensa asseguram também a sua presença no espaço televisivo, na rádio, nos blogues. Também aqui, podemos ver “os media repetindo os media, imitando os media”, como diz Ramonet (1999:39). Funcionam, por isso, “em circuito fechado, isto é, constituem grupos reduzidos, de lenta renovação” (Rebelo, 2000: 26), nos quais as mulheres têm uma expressão reduzida.

Note-se que o requisito da pluralidade de opiniões aparece valorizado no discurso dos directores dos jornais, até mesmo para legitimar a presença das colunistas que exercem actividade política. Como diz Estrela Serrano:

“(…) os directores procuram ter um leque variado de colaboradores, quase sempre com a preocupação principal de abranger o espectro político-partidário, habituados que estão a esgotar o pluralismo nos membros dos partidos ou em personalidades que situam ‘à esquerda’ e ‘à direita’” (Jornal *Diário de Notícias*, 11/5/2003).

Mas as questões que interessará averiguar são não só a de saber se o “naípe” de colunistas “escolhidos” traduz essa diversidade, mas, sobretudo, qual é a percepção que existe acerca dessa pluralidade e quais os critérios de aferição que a definem.

A propósito, interessará referir o que nos parecem ser alguns equívocos acerca da “pluralidade” e “diversidade de opiniões” (os quais, por vezes, são susceptíveis de escamotear a ausência da própria pluralidade).



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais  
Diversidades e (Des)igualdades  
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.  
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II  
Campus de Ondina

Assim, pluralidade não é necessariamente sinónimo de independência ideológica ou isenção política da linha editorial dos jornais. Como sabemos, o facto de encontrarmos jornais na Europa – por um lado, como o *Le Figaro*, o *El Mundo*, ou o *Corriere Della Sera*, e por outro, como o *Le Monde*, o *El país* ou o *La Repubblica*, com uma linha editorial definida – uns com uma linha editorial e uma visão do mundo mais conotada com os valores da direita e outros com os da esquerda; ou, na América, jornais como o *Washington Post* ou o *New York Times*, que assume o candidato presidencial que apoia, não é incompatível com seriedade e rigor na informação, independência partidária, transparência e pluralidade na opinião.

Pluralidade também não é a reivindicada existência de contraditório. Como tornar possível, sem ser absurdo, o equilíbrio de opiniões caso a caso, para cada questão pontual? Pluralidade, tendo como critério a qualidade de pensamento e expressão das opiniões também não é a mera existência de quotas.

E, por fim, pluralidade não deve ser discutida só na acepção ideológico – política, como frequentemente acontece. Como se classifica, por exemplo, a visível ausência das mulheres nos espaços de opinião?<sup>6</sup> As mulheres, notoriamente quase ausentes até 1974, tem vindo a representar crescentemente uma parte considerável do total dos profissionais dos media<sup>7</sup>. Mas à evolução do seu ingresso na profissão não tem correspondido igual acesso aos lugares de relevo ou à chamada elite jornalística. Assim, na propriedade dos media, na sua administração ou Direcção a ausência do género feminino continuou a manter-se, salvo algumas bem notórias excepções. Quanto muito, têm conseguido aceder aos cargos de chefia intermédia (editorias, secções). Se algumas acederam aos lugares de maior visibilidade, como o dos ecrãs televisivos, poucas acedem aos lugares de maior “status” e

---

<sup>6</sup> Esta questão tem sido, repetidas vezes, objecto de análise por parte dos provedores dos jornais *Diário de Notícias* e do *Público*. Numa destas análises, o provedor deste último jornal, Joaquim Fidalgo, na sua coluna de 26 de Novembro de 2000, que intitulou “A vez e a Voz das Mulheres” notava que na semana de 12 a 18 de Novembro, entre colunistas regulares e outros participantes, o jornal *Público* deu à estampa, no seu “Espaço Público”, vinte e um textos de opinião; todos, sem excepção, eram assinados por homens

<sup>7</sup> Diversos estudos documentam esta evolução: por exemplo, Oliveira, 1992; Mesquita, 1993; Garcia, 1994; Correia, 2000; Subtil, 2001)



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais  
Diversidades e (Des)igualdades  
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.  
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II  
Campus de Ondina

“credibilidade”, onde são requeridos capitais (socialmente mais valorizado) como são os de “comentadoras” ou “colunistas”, pelo que a evolução/aumento tem sido paulatina.

Conforme é reconhecido na doutrina e jurisprudência constitucional, o pluralismo constitui-se como um valor fundamental e um requisito funcional do Estado democrático, conseqüentemente, são múltiplas as opções que competem ao “mercado ideológico”. Gomes Canotilho e Vital Moreira (Citados por Mário Mesquita, *Público*, 25/1/2004) explicam que o "princípio pluralista" implica – além da "proibição do silenciamento de qualquer corrente de opinião relevante na colectividade" e da "obrigação de atribuir a cada uma um mínimo adequado de expressão" – "a proibição de dar expressão a cada uma (das referidas correntes) de forma desproporcionadamente grande ou pequena".

Concordando com Mário Mesquita, se os primeiros dois requisitos se afiguram razoavelmente assegurados no sistema mediático português, interessará averiguar se aquele que se refere a evitar o empoamento de uma só corrente de opinião estará garantido. No caso do conjunto dos canais de televisão generalista tem sido recorrentemente apontado a ausência desse requisito, "na medida em que restringem o pluralismo do comentário político ao campo político – partidário" (E. Serrano, jornal *Diário de Notícias*., 4/12/2003) e que " os espaços de comentário e opinião tendem a rarear" (M. Mesquita, *Jornal Público*, 25/1/2004).

Na imprensa, e na opinião de Mário Mesquita, "a pluralidade dos jornais e revistas constitui, apesar de tudo, uma protecção da diversidade" (*Jornal Público*, 25/1/2004). No entanto o mesmo autor alerta que:

" (...) se a proliferação de suportes e dos lugares de comentário político faz com que se abram muitas "janelas de oportunidades (...), a concentração dos "media" redefine os limites e as fronteiras do círculo de colunistas da imprensa. (...) basta alguma incompatibilidade com um padrão para ser projectado para fora das luzes da ribalta" (Ibidem).



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais  
Diversidades e (Des)igualdades  
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.  
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II  
Campus de Ondina

Concentração pode, pois, significar limitação quanto ao pluralismo de opiniões.<sup>8</sup> Mas não é, em nosso entender, e em si mesma, a única variável da qual dependem o pluralismo e a qualidade. Como bem nota Jean-Marie Colombani (Director do *Le Monde*), saber se a concentração põe em risco tais qualidades depende da cultura, dos países e das pessoas (por exemplo, se o grupo criado por Murdoch é uma “catástrofe” o enorme grupo de imprensa criado pelo “New York Times” manteve inalterável o pluralismo e a qualidade) (in *Expresso*, 22 de Abril de 2006).

#### **4.1. O comentário político enquanto *tribuna política*: uma questão pouco consensual**

Ao colunista de opinião, em particular se for político, não são exigidas as mesmas obrigações profissionais que a um jornalista, não se exigem os requisitos da isenção e da imparcialidade. No entanto, a presença dos actores políticos no espaço mediático pode colocar outras questões e impor outros requisitos que aqui interessam aflorar, partindo também de (meta) discursos que circulam nos próprios jornais.

Como facilmente se depreenderá a investidura de políticos em colunistas não é pacífica nem consensual. Se para alguns, como António Barreto (*Jornal Público*, 10/10/2004), é visto como positivo que actores vinculados a partidos políticos se expressem nos jornais, desde que mantenham as qualidades de “independência de espírito” e “qualidade argumentativa”, para muitos outros, um comentador conotado com um partido político perde credibilidade.

---

<sup>8</sup> Neste sentido, Joaquim Vieira, observa que "num cenário de grande concentração, um jornalista (ou um colunista) que se incompatibilize com um órgão de informação pode ver fecharem-se-lhe as portas de parte significativa das empresas do sector. Já acontece, aliás, em Portugal, como sabe quem pertence ao meio. Provas? Não há. Estas coisas não se escrevem: as directivas são transmitidas oralmente. Às vezes, nem é preciso, quando já se sabe que o jornalista ou colunista indis põem o patrão" (in *Público*, 5/10/2003)



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais  
Diversidades e (Des)igualdades  
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.  
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II  
Campus de Ondina

Desta opinião, partilha Manuel Villaverde Cabral (Jornal *Público*, 10/10/2004), para quem a exposição de opiniões políticas por políticos é mera propaganda – "Só em Portugal é que há tantos dirigentes partidários a receber dinheiro dos jornais para fazerem propaganda aos respectivos partidos", denuncia.

Mário Mesquita, por sua vez, ainda que referindo-se ao "comentador televisivo" (em particular a Santana Lopes, Pacheco Pereira e Marcelo Rebelo de Sousa, a quem chamou o Triângulo das Bermudas), diz que este " (...) não possui (não deve possuir) nenhum vínculo às formações partidárias e, muito menos, ser um político no activo, autarca, parlamentar ou dirigente partidário" (Jornal *Público*, 29/9/2002).

Noutro artigo (Jornal *Público*, 24/8/2003) o mesmo autor, denuncia que " (...) a entrega do "momento interpretativo" (Brian McNair) aos políticos com discreta mediação jornalística, transforma-os numa espécie de superjornalistas, na medida em que lhes oferece tribunas privilegiadas, em horas de grande audiência, a que raramente os próprios profissionais do 'media' acedem".

Atribuir este papel aos dirigentes políticos produz, na sua opinião, três efeitos: leva-os a enunciar as questões na perspectiva mediática, uma vez que colocam o acento tónico na estratégia e na tática, encarando a política como jogo, ao invés de privilegiarem as problemáticas e os temas substantivos; propicia-lhes um singular exercício hermenêutico, permitindo que se coloquem no papel de intérpretes de si próprios e das informações partidárias a que se encontram vinculados; por fim, a selecção desses políticos constitui um acto de poder da "elite mediática" que, por essa via, se permite "desintermediar" (Elihu Katz) os estados-maiores partidários.

Sintetizando, Mesquita (Jornal *Público*, 24/8/2003) enuncia quatro "singularidades" que caracterizam a presença, na televisão portuguesa, dos comentadores: "a confusão entre actores políticos e comentadores da política nacional; a subalternização dos jornalistas propriamente ditos em benefício da nova figura do "superjornalista"; o afunilamento do



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais  
Diversidades e (Des)igualdades  
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.  
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II  
Campus de Ondina

acesso à televisão na área do "bloco central" (PSD e PS); a tendência para criar lugares fixos para "actores políticos", em vez de promover a participação rotativa de diversas personalidades políticas (em espaços de debate ou entrevista, e não de comentário político) ".

Similarmente, Eduardo Cintra Torres num caustico artigo publicado no Público ("A Cadeira dos Comentadores", 19/7/2004), alude à confusão entre comentadores políticos e actores políticos – “ (...) No panorama televisivo actual, as cadeiras do poder político e do poder mediático confundem-se” – e ao afunilamento do acesso televisivo à área do “centrão” – ilustrando-a com os nomes de Santana, Sócrates, Marcelo, Soares e Pacheco: “ (...) todos são dirigentes políticos no activo, no limbo ou numa reforma activa, todos são ou foram comentadores televisivos em "prime time" ou em grande destaque. Com tais pesos pesados, sejam eles verdadeiros ou falsos comentadores, é difícil que a televisão permita o aparecimento de novos analistas, jornalistas ou politólogos, independentes de todas as formas do poder político”.

Eduardo Cintra Torres (Jornal *Público*, 19/7/2004) vai mais longe, defendendo que Santana e Sócrates (enquanto líderes) são, em parte, uma criação de Rangel. Chegaram ao poder através da televisão: a SIC e a RTP promoveram “deliberadamente estes dois ambiciosos políticos, apresentando-os como ‘comentadores’. Venderam-nos gato político por lebre comentadora”.

A presença de colunistas, recrutados na vida política, nas páginas dos jornais é bem vista pelos directores dos jornais. Veja-se, a título ilustrativo, a opinião do director do Jornal *Público*, J.M. Fernandes: " Muitos colunistas têm envolvimento partidários mas isso não os impede de escreverem sobre os seus partidos, os partidos dos outros ou, genericamente, sobre política. O seu envolvimento partidário deve, isso sim, ser transparente para os leitores". Tornada transparente essa pertença, "não lhes está vedado utilizarem a sua coluna para assuntos em que são parte activa; por vezes até é isso que dá sal aos textos e os torna mais importantes" (Joaquim Fidalgo, Jornal *Público*, 19/12/99)



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais  
Diversidades e (Des)igualdades  
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.  
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II  
Campus de Ondina

O Director do DN, à época, Mário Resendes (cit. por E. Serrano, *Diário de Notícias*, 4/12/2003), por sua vez, considera, “indiscutível o interesse de publicação de artigos de opinião da autoria de governantes ou personalidades que desempenham funções públicas, nacionais ou internacionais, de primeiro plano”. Em sua opinião, “todos os jornais o fazem” e, “bem”, visto que “valorizam os conteúdos de Imprensa, embora, obviamente, seja importante preservar o pluralismo de ideias”.

Os provedores dos jornais em questão são com alguma frequência chamados a pronunciarem-se sobre a presença, nas páginas de opinião, de colunistas que exercem actividade política. Estrela. Serrano (4/12/2003), então provedora do *Diário de Notícias*, referindo-se aos casos em que a publicação de artigos de opinião assinados por governantes visa a promoção de actos concretos da governação, afirma que “ (...) pode prever-se que os jornais não tenham interesse especial em ceder o (sempre escasso) espaço do jornal a detentores de cargos públicos para aí elogiarem as suas políticas, apesar de poder compreender-se que quando um ministro ou outra alta entidade solicita a publicação de um artigo, os jornais não queiram recusá-lo, cultivando assim, boas relações com entidades que são sempre fontes importantes.” Acrescentando, contudo, que (...) a ‘eficácia comunicativa’ de um artigo de opinião assinado por alguém na sua qualidade de titular de um cargo público, cujo conteúdo verse matérias no âmbito do desempenho das suas funções, é sempre escassa, uma vez que esse artigo será visto como destinando-se a obter efeitos políticos em benefício próprio”.

Nem todos os jornais indicam o cargo político que o colunista ocupa ou as funções que no momento desempenha, o que levanta dúvidas acrescidas sobre os fins perseguidos. António José Teixeira, ex-director do *Diário de Notícias*, admite *haver* vantagem em fornecer uma identificação profissional dos colunistas. Mas, pertinentemente, questiona: “ será que a identificação de um colunista que, pública e notoriamente, assume o estatuto de apoiante de um candidato é mais importante do que a de outro que, não a assumindo, vai dando conta



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais  
Diversidades e (Des)igualdades  
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.  
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II  
Campus de Ondina

das suas opiniões sobre a matéria? Teremos que exigir a identificação das preferências eleitorais de todos os colonistas?"

Também o provedor, José Carlos Abrantes (*Diário de Notícias*, 12/12/2005), considera que a menção à qualidade de mandatária acresce o valor informativo. Defendendo que tal (a inclusão de uma nota permanente em cada artigo) deveria ser alargada também a outros colonistas que, no DN, integram as comissões políticas das candidaturas, donde resultariam três vantagens: a opinião sobre as eleições ganha a legitimidade própria que deriva do cargo ou posição; os leitores dispõem de elementos para situarem essa opinião; contribui para questionar “se a opinião publicada não estará, por vezes, demasiado centrada na vida política tradicional e pouco centrada nos problemas de sociedade”.

### **Notas finais**

Concluimos sublinhando que para se entender e conceptualizar a actividade do colonista, bem como o processo de atribuição de credibilidade, autoridade e legitimidade, será preciso, por um lado, não deixar de entender o colonista também como portador de um capital simbólico e, por outro, procurar o “valor” da sua opinião no interior do campo onde é proferida.

Sintetizando, recorreremos a José Gil, subscrevendo que no “debate fulanizado” no espaço público o que influi e pesa na discussão como uma “mais-valia” de sentido e de verdade no seu discurso é a personalidade social dos interlocutores – essa “espécie de argumento de autoridade invisível”, para cuja força contribui o seu prestígio: “a condição de legitimação de um discurso é a sua passagem pelo plano do prestígio mediático – que, longe de dissolver o sujeito, o reforça e o enquista numa imagem «em carne e osso», subjectivando-o como o melhor, o mais competente, o que realmente merece estar no palco do mundo” (2004:33)



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais  
Diversidades e (Des)igualdades  
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.  
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II  
Campus de Ondina

Ora, quanto mais os campos se cruzam, interpenetram, mais pertinente se torna continuar a pensar este *subcampo dos media* – lugar de intersecção entre o campo político e o jornalístico<sup>9</sup> - onde decorrem (por vezes) “híbridos” discursos, e se manifestam novas “identidades” sócio-profissionais, num *espaço público hipermediatizado*, em constante reconfiguração.

### Referências Bibliográficas

BARRIGA, Antónia do Carmo. A emergência de um subcampo: tentativa de conceptualização da actividade do colunista. **Trajectos - Revista de Comunicação, Cultura e Educação**, nº16 - Primavera de 2010. Lisboa: ISCTE e Edições Fim de Século, 2010

BARRIGA, Antónia do Carmo. **Media, Política e Opinião: uma tríade Complexa- Uma abordagem à opinião publicada em Portugal**. Lisboa: ISCTE, ISBN: 978-989-8154-56-9, 2007, disponível em <http://hdl.handle.net/10071/1381>

CANTAVELLA, Juan. La columna informativa: un desafío de exigencia entre la omnipresente opinión. **Estudios sobre el mensaje periodístico**, nº 6. Madrid: Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense, 2000

ESTEVES, João Pissarra. **A Ética da Comunicação e os Media Modernos**. Lisboa: Edição Fundação Caloust Gulbenkian/Junta Nacional de Investigação Científica e Tecnológica, 1998

GIL, José. **Portugal Hoje: O Medo de Existir**. Lisboa: Relógio d'Água, 2004

GITLIN, T. Public sphere ou public sphericules? in Liebes, T. Curran, J., **Media, Ritual and Identity**. Londres: Routledge, 1998

HABERMAS, J, Further reflections on the Public Sphere, em Craig Calhoun (ed.), **Habermas and the Public Sphere**, Cambridge, MIT Press (4ª ed.), 1992

HABERMAS, J, **História y crítica de la opinión pública**. Barcelona: Gili, 1981

HABERMAS, J. **L'Espace Public**, Paris, Payot, 1970

KEANE, J. **A Democracia e os Media**. Lisboa: Temas e Debates, 1995

LANDOWSKI, Eric. **Public opinion and its spokesmen**. *Paris School Semiotics*, Perron, Paul and Frank Collins (eds.), 1998

---

<sup>9</sup> Cf. BARRIGA, Antónia do Carmo (2010), “A emergência de um subcampo: tentativa de conceptualização da actividade do colunista” in *Trajectos - Revista de Comunicação, Cultura e Educação*, nº16 - Primavera de 2010, ISCTE e Edições Fim de Século



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II

Campus de Ondina

- MORENO ESPINOSA, Pastora. Género para la persuasión en prensa: los editoriales del diario El País. **Ambitos: Revista internacional de comunicación**, nº. 9-10. Madrid, 2003
- PAQUETE DE OLIVEIRA, J.M. A integração europeia e os meios de comunicação social. **Análise Social**, vol. XXVII (118-119), Lisboa: ICS, 1992
- RAMONET, Ignacio. **A Tirania da Comunicação**. Porto: Campo das Letras, 1999
- REBELO, José. **O Discurso do Jornal**. Lisboa: Editorial Noticias, 2000
- RODRIGUES, Adriano Duarte, O Público e o Privado, in **Revista Comunicação e Linguagens**, nº 2, Lisboa: Cosmos, 1985
- WOLTON, Dominique, As contradições do Espaço Público mediatizado, in **Revista Comunicação e Linguagens**, nº 21-22, Lisboa: Cosmos, 1995