

Noite eleitoral para o Parlamento Europeu: A força do protocolo político

Nilza Mouzinho de Sena & Felisbela Lopes

Universidade Técnica de Lisboa & Universidade do Minho, Portugal

E-mail: nilzasena@netcabo.pt, felisbela@ics.uminho.pt

Resumo

Este artigo analisa a cobertura televisiva da emissão de divulgação de resultados eleitorais para o Parlamento Europeu, que decorreram em Portugal em 2009. Quase dois terços dos portugueses não votaram nem demonstraram interesse em seguir essa emissão especial.

Não obstante, os recursos dispendidos durante a campanha eleitoral e os esforços dos canais televisivos para criar grandes espectáculos eleitorais foram significativos. Este estudo evidencia a dimensão da política-espectáculo na televisão.

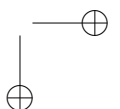
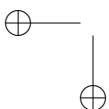
Palavras-chave: comunicação política, cobertura de eleições, televisão

The European Parliament election night television show: The power of political protocol and the indifference of the audience

Abstract

In Portugal, election nights are great moments on TV taking up many prime time hours. Each general television channel carefully prepares the broadcast, employing technical skills and resorting to the best journalists and the most famous commentators. The most recent European election, which occurred on 7th of June 2009, had one particular interest: in the political field, the electoral results could have a bearing on the re-election to a second mandate of the Portuguese Pre-

sident of the European Commission, Durão Barroso; on the other hand, it marked the beginning of a cycle with two other elections to follow (local and legislative). In the television field, there was a new thematic and informative channel associated to the general leader channel and a transition to digital TV was under way. These elements transformed the European Parliament election, adding to the suspense and expectation surrounding the results. Despite that, voter turnout was



very low as only 36.85% of Portuguese electorate voted. The three general interest channels that made a special coverage of the election from 8 p.m. to almost 12 a.m., together only achieved a 30.2% audience rating. Almost two thirds of the Portuguese neither voted nor showed an interest in following the electoral results

on TV, despite the large resources expended on the political campaign and the efforts of the television channels to create tremendous shows of electoral news. It is interesting to note that the pace of the broadcasts was not wholly set by the journalists, but also by the politicians.

Keywords: political communication, television, European elections

A comunicação política televisiva e as características da noite eleitoral

REPRESENTATIVA de uma forma de fazer política calculada, que se ajusta a uma impertinente solicitação mediática, a comunicação política televisiva corresponde à transmissão de mensagens cada vez mais figurativas e personalistas. A gestão simbólica da imagem de um líder concebe-se fora do palco televisivo, com provas duras de aptidão política, resistência psicológica e treino público, mas é na televisão que lhe é inculcada força ou derreada a sua consagração.

A comunicação política vigente, totalmente refém da informação televisiva e da promoção audiovisual, aparece cada vez mais condicionada pela cultura da imagem, decorrente do “*primado do visível*” que tão bem descreveu Giovanni Sartori no seu *Homo Videns* (1999: 105).

As limitações que a televisão impõe: com os seus tempos menores, com as suas frases curtas ou com a instantaneidade que exige como padrão para todas as mensagens preferenciais, tornam a política mais *light* mas também menos consistente. “*A temporalidade política e a temporalidade instantânea dos media relacionam – se de forma assíncronica, na medida em que o tempo político é longo, requer esforço cognitivo e maturação e o tempo mediático é ínfimo e prazenteiro, sem quaisquer imperativos de foro estritamente racional*” (Sena, 2002: 59). No mesmo sentido, Pierre Bourdieu no livro *Sobre a Televisão*, refere que “*o tempo é um género extremamente raro em televisão*” (Bourdieu, 1997: 10). Mercê dessa limitação temporal e do comando

do relógio, um aspecto que convém referir é que “*a televisão privilegia – sem querer, mas também querendo – a emoção da política, isto é, uma política reconduzida e reduzida a cachos de emoções*” (Sartori, 1999: 105). Dramatiza, encena, reconstrói com nuances, fabrica com pantomina. Ideal para a ficção, perigosa para a política. Bourdieu no mesmo ensaio refere que a televisão cria “*debates aparentemente verdadeiros, falsamente verdadeiros*” (1997: 28), em que o objectivo não é veicular cabalmente informação, mas antes e primeiramente arbitrar níveis de audiências, sem as quais não sobrevive. É assim que começa a metamorfose da política e da comunicação dos homens que ambicionam o Poder.

Inelutavelmente presos à teia mediática, e mais particularmente ao espectro televisivo, os homens políticos vêem-se travestidos de estrelas quase *hollywoodescas*, despidos da sua autenticidade e envoltos em ademanos tecnológicos que os aproxima da lógica traçada pelos meios de comunicação, sem os quais não conseguem alcançar os seus objectivos nem comunicar as suas mensagens. “*Substitui – se uma política assente em ideias, por uma política cimentada em personagens*” (Sena, 2006: 33). Por outro lado, a imagem política recorrente e repetitiva vulgariza os seus intervenientes e obriga à criação frequente de novidade ou de ideias já defendidas, mas pretensamente apresentadas com nova roupagem e logro de inovação. Não é por isso espantoso perceber que “*por cada dez minutos de emissão, são pelo menos dez horas de preparação*” política (Torres, 1995: 9).

Traídos pela demanda do bom desempenho mediático e da melhor performance televisiva, os homens políticos acham-se enredados nas sugestões de um conjunto de profissionais, a *profissional machinery*, que labora com uma finalidade comum: construir uma imagem vendável do homem político no mercado eleitoral. Como diz George Balandier, “*melhor equipados para produzir imagens, os governos encontram – se todavia na situação paradoxal de ver esta capacidade enfraquecer pelo seu próprio uso. Têm de aprender a dominar uma nova tecnologia do simbólico e do imaginário, uma nova forma da dramaturgia política*” (Balandier, 1992: 97) e uma nova forma de engalanar as propostas.

Em televisão, o *output* informativo revela interesse pela política, dedica-se à política, mas sob um ângulo sempre toldado pela comercialização do produto em causa, pela sensação que pode causar a peça exibida, pelo comentário aguerrido, pelo acriticismo veemente. Bourdieu refere que o mundo televisivo

“é dominado pelo pânico de aborrecer e pela preocupação da diversão a todo o custo” (1998: 88), pelo que: há um anti-intelectualismo mesmo quando os temas exigem madurez; prendem-se no acessório mesmo quando há substância nos factos políticos; polemizam antes de consensualizar ou aprofundar os temas. Talvez por isso, Philippe Breton se interrogue se “já não há causas a defender” e observe um processo de “naturalização da opinião muito fortemente manipulatório” (2001: 21). Considerados “elemento indispensável para (...) a transparência – sem a qual não existe controlo do poder nem garantia das liberdades” (Sena, 2008: 3), os media em geral, e a televisão em particular, são uma força essencial e, por isso, desejavelmente mais equilibrada como fiel da balança democrática.

Muitas destas questões - fundamentalmente a da encenação por parte da classe política e a da mercantilização da informação política por parte da classe jornalística - prendem-se também com dois vectores cruciais: a liberalização do sector televisivo na maioria dos países da Europa e, concomitantemente, a acelerada profissionalização política com colagem inequívoca às premissas das campanhas publicitárias.

A televisão competitiva, longe do domínio monopolista, marca um ritmo de actualidade mais exigente e prolixamente veloz, sendo igualmente responsável pelas transformações no modo de fazer política. “Mais do que o Parlamento, enquanto centro gravitacional do sistema político, a televisão é o grande fórum público onde se debatem as questões de interesse público e onde se travam as mais acaloradas disputas pelo poder” (Sena, 2008: 56). A procura da “informação – produto” e da política com traços de entretenimento correspondem à necessidade de obtenção de índices de audimétricos satisfatórios, que só passam a ser determinantes com a concorrência entre as estações televisivas. Além dessa marca indelével, a televisão também pode potenciar o “cinismo político”, como documenta Lynda Lee Kaid no ensaio *Effects of Political Information in the 2000 Presidential Campaign*, mas ainda assim menos do que a Internet (2003).

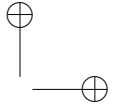
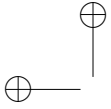
A comunicação política - e o marketing político e eleitoral - aparece como motor indestrinçável do exercício do poder e as modernas campanhas eleitorais consubstanciam intrincados jogos de forças, serviços e responsabilidades, que reflectem o recrudescimento da profissionalização. Como argumenta Pippa Norris na obra *A Virtuous Circle*, “as características que definem as campanhas pós – modernas (...) são a profissionalização dos consultores

de campanha, a fragmentação das notícias no sistema news – media e os desalinhamentos do eleitorado” (Norris, 2003: 177). Também Wilson Gomes aponta na mesma direcção, reconhecendo que esses profissionais, cada vez mais entrosados nas dinâmicas políticas “*são indivíduos capazes de lidar com as três dimensões fundamentais da política mediática: imprensa, propaganda e pesquisas de opinião*” (Gomes, 2002: 6).

As mudanças nas técnicas de campanha eleitoral podem ter um impacto directo no engajamento cívico dos cidadãos ou na ligação dos governados com os seus representantes, na medida em que o cidadão comum torna-se um mero “*espectador de eventos simbólicos sedeados em estúdios de TV*” (Norris, 2003: 179). Esse quadro de distanciamento começa em cada ciclo inaugurado na noite eleitoral, mesmo reconhecendo nestas emissões particularidades menos usuais.

As noites de divulgação de resultados eleitorais talvez sejam dos escassos serões televisivos em que os políticos gozam de primazia temporal, coordenam os seus próprios tempos de comunicação e desprezam a pressão jornalística. Jean Mouchon considera que “*o espaço público televisivo tem um forte valor simbólico*” (1999: 19), sendo que nas noites de escrutínio político esse valor é suplementar. A disponibilidade de todas as cadeias de televisão, as regras e os ritos das interacções verbais, a plêiade significativa de actores políticos com acesso à antena, a selecção dos temas e tempos de intervenção totalmente alheados das imposições televisivas, torna estas noites momentos verdadeiramente excepcionais para a comunicação política.

Apesar do número de personalidades que intervém e do volume de declarações ‘em directo’ ser representativo, o trabalho prévio de preparação de mensagens a enaltecer não é desprezível. Como explica Patrick Champagne “*o que, actualmente, parece ‘natural’ – por exemplo, a maneira como os políticos fazem as suas intervenções na televisão – trata-se de um ‘natural’, na realidade, fabricado pelo e para o jogo político tal como se exprime nos meios modernos de comunicação: sabemos que os políticos preparam cuidadosamente os ‘improvisos’ televisionados e que essa verdadeira ‘performance’ de acto exigida, actualmente, aos políticos diante das câmaras de televisão só, há bem pouco tempo, faz parte do ‘métier’ do político*” (Champagne, 1998: 33). Esse caderno de encargos, também patente na noite eleitoral, torna estas emissões especialíssimas no tocante à forma como os partidos se implantam



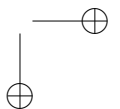
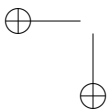
nos directos televisivos, para tirar proveito do tempo concedido e do pódio de onde não podem, nesse dia, ser retirados.

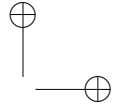
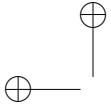
Nota metodológica

Neste trabalho temos como propósito perceber que tipo de emissão os canais de TV constroem nas noites eleitorais e de que modo jornalistas e políticos controlam o alinhamento desses importantes espaços televisivos. Sendo os actos eleitorais momentos-chave de construção do espaço público, de que modo a informação televisiva reflecte ou condiciona o que se passa nessa importante esfera social? Quem comanda a emissão?

Estas questões acompanhar-nos-ão na análise que faremos às noites eleitorais nos três canais generalistas portugueses: RTP1 (canal de serviço público), SIC e TVI (canais privados). Sublinhe-se que a lei portuguesa (**Lei n.º 10/2000, de 21 de Junho**) impede que se fale em sondagens antes das 20h00. RTP e TVI iniciaram a sua emissão em simultâneo com o respectivo canal de notícias no cabo às 19h00; a SIC começou a sua emissão às 19h00 no cabo e apenas às 20h00 em sinal aberto. Por uma questão de uniformização, consideramos as 19h00 como ponto de partida para o nosso estudo que termina, quando cada um dos canais em sinal aberto fecha a respectiva emissão. Analisamos, assim, um total de 11 horas e 14 minutos (3h57 da RTP; 3h49 da SIC e 4h38 da TVI).

Este estudo desenvolve-se mediante uma análise de conteúdo de cada uma das emissões dos três canais de TV, durante a qual anotamos todos os actores aí intervenientes, tempos de intervenção e temáticas abordadas. Queríamos com isso perceber, qual a ordem de entrada na cena mediática, qual o grau de visibilidade e que tipo de informação ou explicação era veiculada. Não foi nosso propósito analisar a construção discursiva das conversações televisivas – esse seria outro trabalho, com outros pressupostos, finalidades e metodologia – mas estudar a composição social dessas cenas televisivas, povoadas por actores com diferentes papéis e variados perfis, bem como conhecer as problemáticas aí discutidas. Esse trabalho permite-nos perceber quem comanda as emissões (se os jornalistas, se os políticos, se os especialistas...), que tipo de contrato se vai estabelecendo com a audiência (informativo, explicativo ou



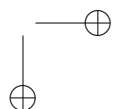
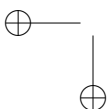


de sedução) e, acima de tudo, caracterizar o espaço público televisivo de uma emissão como a noite eleitoral.

Se a descrição do alinhamento de uma emissão não levanta problemas e se a contagem ao segundo dos tempos de intervenção é inequívoca, o mesmo não se pode dizer da classificação dos actores e do modo como fixamos as temáticas aí tratadas. Nesse sentido, foram criámos variáveis que permitem uma leitura clara das emissões em causa:

- a) Tematização - esta variável permitirá classificar os temas cruzando-os com a variável temporal. Analisaremos a partir de duas categorias: *Política Europeia*, relacionada com questões adstritas ao próprio Parlamento Europeu e à integração europeia; e *Política nacional*, consagrando temas de alcance interno, de políticas governativa e até de foro partidário.
- b) Tipologias de actores - esta variável pressupõe a classificação dos actores intervenientes em três categorias principais: *classe jornalística*, em que se consideram todos os profissionais de jornalismo envolvidos na emissão dentro e fora do estúdio de onde parte a emissão; *classe política*, centrada nas figuras que nesse acto eleitoral preconizam a representação político-partidária; e *comentadores* que nesse dia estão em estúdio para comentar os acontecimentos da noite. Para melhor reconhecimento destes papéis, distinguiremos ainda entre pivots e repórteres, admitindo que os primeiros encarregam-se de apresentar e moderar a emissão a partir do estúdio e os segundos encarregam-se das reportagens nas sedes ou delegações partidárias. Os comentadores são também distinguidos entre os que estão adstritos a partidos políticos e, por isso, os representam; e outros especialistas que auxiliam na interpretação dos resultados, como profissionais de sondagens, sociólogos, jornalistas seniores com lugares de direcção ou chefia.

Mais apta a acolher dados quantitativos, esta nossa opção pela análise de conteúdo apresenta limitações – por exemplo, ignora as intenções do destinador do acto comunicativo, é incapaz de explicar a complexidade da comunicação televisiva –, mas também reúne virtualidades no estudo da informação televisiva em contexto eleitoral.



Estudo empírico

Em Portugal, as eleições para a União Europeia não mobilizaram a população. Apenas votou 36.8% do eleitorado. Os três canais generalistas que, entre as 19h00 e as 23h00 aproximadamente, mantiveram no ar emissões especiais, reuniram uma audiência média de 30.2%. Quase dois terços dos portugueses não votaram, nem tiveram interesse em seguir os resultados eleitorais pela TV, apesar dos avultados recursos investidos na campanha e do empenho dos canais televisivos em criarem nessa noite verdadeiros espectáculos de informação eleitoral.

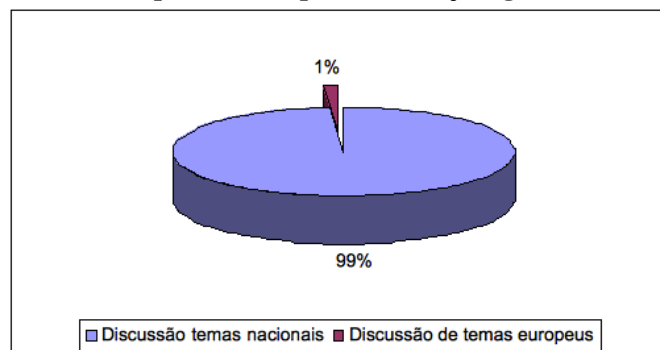
Se, por um lado, o regime jurídico da publicação ou difusão de sondagens e inquéritos de opinião não permite que se divulguem (projeções de) resultados antes das 20h00; por outro, a contagem de votos é cada vez mais rápida, não avolumando, portanto, expectativas. Neste contexto, depois do fecho das urnas de voto, não há informação nova para difundir por um período muito dilatado de tempo. O mais importante circunscreve-se ao anúncio dos resultados e à reacção dos principais actores políticos (cabeças de lista e líderes partidários). Mas os canais generalistas insistem em fazer prolongar as suas emissões especiais durante cerca de quatro horas. Duas horas seriam suficientes.

A compreensão da componente espectacular do jornalismo televisivo obriga, antes de tudo, a reconhecer as especificidades narrativas intrínsecas à televisão. No entanto, não é apenas dentro do pequeno ecrã que se encontram marcas dos espectáculos da realidade que emergem em cada cena mediática. Eles estão dentro da televisão, mas também estão fora dela. A política será um dos campos onde essas marcas mais se evidenciam. Não será por acaso que ele se enche de metáforas do teatro: actores, palco, bastidores. . . .

As diligências das emissões eleitorais evidenciam essa tendência para a superficialização da discussão política, baseada em cenários, conjecturas e hipóteses. A televisão generalista que está naturalmente disponível a todos os tipos de público não deixa, nesses dias, de abrir excepção também para uma distribuição desigual e diferenciadora das mensagens a partir das sedes dos partidos em concurso eleitoral: condescendentes com os partidos ganhadores e castradores dos partidos derrotados; empolando a festa e acenando as bandeiras das cores que representam a vitória nesse dia e esmorecendo os ânimos com as imagens tristes das forças em diminuendo.

Em fase de discussão da Europa, ela “passa ao lado” das emissões, representando apenas 1% do total de tempo dos programas especiais em antena. À semelhança do que já tinha acontecido em campanha eleitoral, os partidos escolheram centrar o debate político nos temas de foro interno com repercussão nacional e apoucar as temáticas europeias que deveriam subjazer a disputa em causa, assumindo a relativização ou mesmo a anulação da temática em aferição, por outras de alcance mais endógeno, como se percebe facilmente pelo gráfico que se segue:

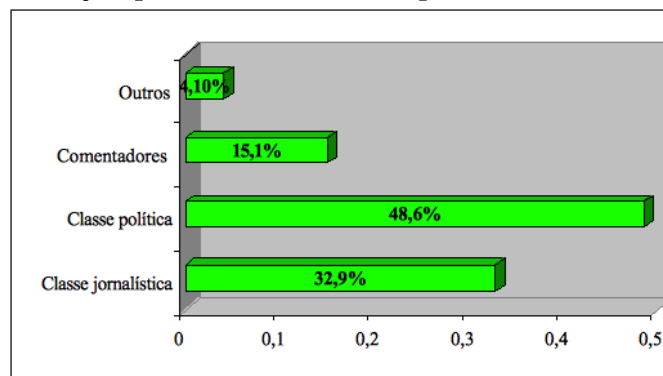
Gráfico 1: Relação de tempo dedicado a temas de política nacional e a temas de política europeia nas estações generalistas



Por outro lado, as noites eleitorais assumem-se como emissões televisivas dominadas pela classe política que ocupa mais 15,7% da emissão do que a classe jornalística, que costuma ter o comando do tempo informativo.

Entre as estações também há diferenças. A RTP e a SIC valorizam mais o comando jornalístico, enquanto que a TVI é a que dedica mais tempo de intervenção aos políticos. Talvez um dado que nos ajudará a ler este retrato se situe ao nível das equipas destacadas para as diferentes sedes partidárias: RTP e SIC colocaram aí os seus mais importantes jornalistas de política, muitos dos quais com funções de editores nesse campo e habituados a acompanharem emissões deste tipo há muitos anos. Neste quadro, não será de todo surpreendente que estes jornalistas mais seniores sejam os mais experimentados no uso da palavra televisiva e aqueles que se sentirão, por certo, à-vontade para avançar num registo mais explicativo do que factual.

Gráfico 2: tempo global de intervenção dos actores na noite eleitoral das eleições para o Parlamento Europeu (valores em %)



O peso do comentário político também não é despiciendo nas noites eleitorais, até pelo esforço patente das estações em recrutar várias e eminentes figuras mesmo que, depois, essas alocações acabem por ser subsumidas pela ânsia informativa das redacções e pelo aproveitamento mediático dos políticos. Ainda assim, representam 15,1% da emissão, com claríssimo destaque na TVI.

Quadro 1: tempo global de intervenção dos actores na noite eleitoral para o Parlamento Europeu (valores em %)

Estações televisivas	Pivots em estúdio	Repórteres nas sedes/delegações	Políticos nas sedes	Comentadores políticos em estúdio	Comentadores não políticos	Outros	Total da emissão
RTP	26,6	14,9	32,5	9,2	13,5	3,3	100
SIC	19,3	20,9	31,9	13,9	11,9	2,1	100
TVI	16,2	12,4	25,2	15,1	23,5	7,6	100
Total	18,3	14,6	26,8	21,8	15,1	4,1	100

19h00-20h00: em auto-promoção, quando não há nada a informar

Fechadas as urnas no continente às 19h00, os canais televisivos dão início às suas emissões especiais. A **Lei n.º 10/2000, de 21 de Junho**, impede que se falem em projecções de resultados partidários antes das 20h00, altura em que encerra a votação nas ilhas dos Açores. Apenas é possível falar na abs-

tenção e as televisões aproveitam esse interstício legal para abrirem a emissão com uma sondagem sobre esse resultado, que cada TV encomenda a uma empresa de comunicação ou universidade. Esse dado, divulgado em menos de um minuto, é explorado até à exaustão durante uma hora, adoptando-se uma estratégia replicada em todas as estações: fazem-se ligações em directo às várias sedes partidárias e os repórteres aí colocados tentam recolher a reacção dos respectivos políticos.

Em estúdio, os pivots falam com os comentadores acerca do mesmo assunto. Cria-se, assim, um meta-acontecimento em permanente sobreaquecimento por parte dos pivots que frequentemente relembram essa sondagem e por parte dos repórteres que, nos sucessivos directos, procuram reacções dos políticos. Estamos ao nível da informação de grau zero. Nada há de concreto para divulgar acerca dos resultados eleitorais.

Em paralelo com uma enunciação televisiva que se tece pelo registo da especulação, os canais televisivos ocupam parte da primeira hora de emissão exibindo o dispositivo televisivo montado para criar o espectáculo mediático que se estenderá pelas próximas horas. Na maior parte das ligações em directo com as sedes, os repórteres não dispõem de muitos políticos para as entrevistas, mas aproveitam a oportunidade para aludirem à parafernália mediática que invadiu aquele espaço, publicitando enfaticamente o trabalho que pensam desenvolver ao longo da noite. Em estúdio, não há muito para divulgar, explicar ou comentar, mas ganha-se esse tempo para anunciar os respectivos pivots, comentadores e espaços cénicos.

No capítulo “*A transparência perdida*”, Umberto Eco afirma que a característica principal da neotelevisão é “*falar cada vez menos (como a paleo-TV fazia ou fingia fazer) do mundo exterior*”, optando por “*falar de si própria e do contacto que está estabelecendo com o seu público*” (1993: 135). Justifica-se, assim, a exibição de todo um aparato tecnológico que, no passado, era escrupulosamente ocultado do olhar do público (microfones, jornalistas quase preparam para directos, câmaras de filmar...). Neste contexto, continua-se ainda com a informação de grau zero acerca dos resultados das eleições para o Parlamento Europeu. Será este um traço comum a todas as televisões entre as 19h00 e as 20h00, um segmento horário em que a presença dos jornalistas (33) se sobrepõe à dos políticos (18) e à dos comentadores (6), sem que isso signifique qualquer predomínio de um “contrato de informação” (Lochard & Soulages, 1998). Nada se sabe em concreto sobre os resultados das eleições

para Parlamento Europeu ou sobre o que se passa na Europa, mas os jornalistas ocupam 65,7% do tempo a “encher” a emissão, até porque ainda há políticos muito renitentes em falar (13,9%).

Quase sempre apanhados à chegada das sedes partidárias, esboçam poucos sorrisos, mantêm a expectativa e poupam comentários às primeiras projecções de fraca participação eleitoral.

Quadro 2: Número de actores e respectivo tempo de intervenção na noite eleitoral para Parlamento Europeu entre as 19h00 e as 20h

Estações Televisivas	Pivots em estúdio		Repórteres nas sedes/delegações		Políticos nas sedes		Comentadores políticos		Comentadores não-políticos	
	núm.	tempo em %	núm.	tempo em %	núm.	tempo em %	núm.	tempo em %	núm.	tempo em %
RTP	3	40,9	10	32,2	4	4,0	2	10,6	1	12,1
SIC	2	45,6	8	39,5	7	12,6	-	0,0	1	16,8
TVI	2	23,3	9	30,7	7	23,7	-	0,0	2	22,2
Total	7	31,1	27	34,6	18	13,9	2	2,8	4	17,3

20h00-21h00: quando os actores secundários entram em cena

É às 20h00 que se dá o clímax das emissões das noites eleitorais: a apresentação das projecções dos resultados eleitorais. Dois ou três minutos antes da hora marcada por lei para se anunciar o vencedor e os vencidos, os três canais generalistas, e os três canais temáticos de informação a eles associados, colocam em cena o principal pivot da emissão, cujo discurso vai avolumando a expectativa.

As estações televisivas acreditam que se joga aqui parte do êxito audimétrico da sua noite eleitoral. Não são muito diferentes as projecções apresentadas, nem será muito distinto o alinhamento de cada emissão. O que se segue é já um andamento sobejamente previsível: todos os canais fazem uma ligação em directo para a sede do partido vencedor. Dois minutos depois das sondagens, há já uma declaração formal transmitida em simultâneo em todos os canais. Ao longo desta segunda hora de emissão, sucedem-se declarações idênticas dos principais partidos que os canais televisivos transmitem em directo, muitas vezes interrompendo abruptamente conversas que decorrem em estúdio.

Nota-se, gradualmente, a hegemonia dos actores políticos (que intervêm em 39,7% do tempo) sobre os jornalistas (29,4%) a quem começa a escapar a coordenação de uma emissão que, lentamente, irá entrar numa espécie de

roda livre que nunca sairá do controlo graças ao respeito por uma espécie de protocolo político feito à medida dos ritmos da informação televisiva. Não obstante, esta é ainda a hora dos actores secundários, ou seja, políticos de segunda linha dentro dos partidos, cuja actuação se circunscreve a um tempo reduzido em palco e palavras definindo já posições, mas reservando o melhor às figuras de proa.

Aguardam-se com ansiedade os discursos formais dos principais protagonistas e as estações televisivas colmatam “as brancas” com os comentadores em estúdio, evidenciando-se um esforço assinalável de todos os canais em chamar a si os mais mediáticos analistas políticos, alguns dos quais militantes com bastante notoriedade no interior dos partidos. Parte desse poder deriva também da capacidade que têm em se perpetuarem nos *plateaux* informativos, avolumando o número de comentadores (20) e os comentários (21,9%). “*Quem não aparece nos media não existe para a realidade política e quem aparece esporadicamente e com uma imagem disfuncional será um elemento marginal*”, escreve Sanchez Noriega (1997: 244). Assim, quando a realidade se esvazia de pseudo-acontecimentos a que os políticos vão dando corpo a partir das sedes partidárias, o dispositivo televisivo das noites eleitorais abre espaços cénicos ao serviço de uma espécie de “contrato de explicação” (Lochard & Soulages, 1998) que rapidamente se apaga face a qualquer possibilidade de uma ligação em directo com os partidos.

Quadro 3: Número de actores e respectivo tempo de intervenção na noite eleitoral para Parlamento Europeu entre as 20h e as 21h

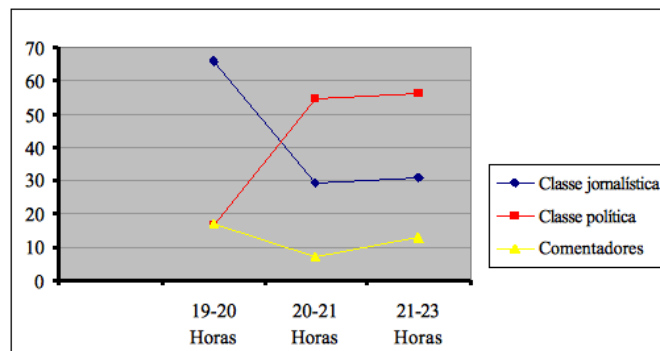
Esta- ções Tele- visivas	Pivots em estúdio		Repórteres nas sedes/delegações		Políticos nas sedes		Comentadores políticos		Comentadores não-políticos	
	núm.	tempo em %	núm.	tempo em %	núm.	tempo em %	núm.	tempo em %	núm.	tempo em %
RTP	3	25,5	6	2,2	8	43,8	3	14,9	2	13,4
SIC	5	20,8	10	19,2	8	37,5	5	9,2	3	13,1
TVI	3	11,6	4	7,5	9	38,4	2	20,3	5	22,1
Total	11	19,2	20	10,2	25	39,7	10	14,6	10	7,3

21h00-23h00: o palco aos protagonistas

Duas horas depois do seu início, as emissões cumprem, finalmente, o “contrato de informação” estabelecido com as audiências: os resultados definitivos começam a desenhar-se e os cabeças-de-lista e os líderes partidários ocupam finalmente o palco para os discursos oficiais. Este é o tempo em que,

nas régies, a equipa de realização tem de ser (ainda mais) rápida na reacção. Porque o comando do alinhamento está praticamente centrado nas várias sedes partidárias, onde 40 políticos tomam a palavra e falam durante 40% do tempo. Os jornalistas ficaram-se pelos 30,9% (ver quadro 4), muito aquém da primazia da primeira hora. Conforme se vê no gráfico que se segue, nestas emissões eleitoralistas os políticos vêm tomando a emissão em crescendo, contrariando a tendência jornalística e assumindo todo o jogo mediático.

Gráfico 1: Evolução do tempo de intervenção durante a noite eleitoral nas três estações televisivas (valores em %)



Este é o momento das vedetas da política: surgem os líderes e outras primeiras figuras, crescem ou esbatem-se entusiasmos e conseguem esvaziar-se as ansiedades na centralização da emissão no encadeamento discursivo. Evidenciam-se as diferenças e enviam-se os recados. Partidos ganhadores impõem-se e partidos derrotados confrangem-se, mas todos têm o seu lugar. Ao mesmo tempo que se fecha um ciclo da vida política, enceta-se um outro nas próprias palavras que entronizam os partidos noutra configuração política e eleitoral. Falam primeiro os vencidos, cujos resultados eleitorais sejam já inequívocos e a noite fecha com o discurso do líder do partido que vence o escrutínio.

As noites eleitorais também preconizam um outro tipo de particularidade na comunicação política: são momentos de demarcação de território político, de capitalização da agenda política e de auto-avaliação. A mensagem política está dispersa por um conjunto de actores variados e não necessariamente

adstrita às cúpulas partidárias, enquanto que do ponto de vista das mensagens formais, as comunicações sejam canalizadas pela rivalidade dos líderes, pelo enaltecimento das vitórias e pelo reconhecimento dos maus resultados. Nesse campo, não se torna surpreendente perceber que o decurso das emissões informativas seja ultrapassado pela força do protocolo político, em que os emissores políticos fixam rigidamente os papéis de outros actores sociais.

Supõe-se que o responsável político responda a perguntas e justifique o seu resultado, admitem-se compassos de espera entre interlocutores políticos e torna-se eminente um quadro de omnipresença política, corroborada pelo trabalho muitas vezes atropelado de vários repórteres no terreno. Mouchon considera essa cadência “*infantilizante*” (1999: 20), embora ela resulte da descompressão liberal do tempo que é concedido pelos *media* apenas na transição dos ciclos eleitorais. Depois de longo período em que “*a televisão condiciona o processo eleitoral (...)*”, conduz “*o desafio eleitoral (...)* no sentido de *fazer ganhar quem ganha*” (Sartori, 2000: 56-57), compreende-se a euforia e o aproveitamento quase sobranceiro do tempo televisivo. É a inversão da ordem tradicional da informação política televisiva, mas isso também se deve ao facto de, nesses dias, o factor surpresa e a mudança potencial de ciclo político acentuarem a lógica de espectáculo e consequentemente a rentabilidade da política na emissão televisiva.

Por isso, a introdução das ligações em directo a partir dos estúdios de TV é quase desnecessária. Salta-se praticamente de directo em directo, havendo frequentemente necessidade de se abrirem janelas a fim de colocar no ar em simultâneo a imagem de duas sedes. É certo que nem sempre este encaejamento é cumprido de forma rígida. Nestas eleições para o Parlamento Europeu, a dúvida quanto ao número de deputados eleitos pelo Bloco de Esquerda (o terceiro partido mais votado) arrastou a intervenção do respectivo líder para depois do discurso do partido vencedor. Eram 22h26 e esse horário marcaria também o fim do “contrato informativo”. Sem factos que alimentassem as emissões durante muito mais tempo, os dois canais generalistas privados criaram um “pseudo-acontecimento”: divulgaram uma sondagem sobre os resultados eleitorais das eleições legislativas a decorrer dali a três meses.

Nos estúdios de ambas as televisões, aqueles que foram chamados a comentar estas projecções oscilaram entre a cautela e a crítica. Apesar do comentário político mediado por estes *experts* reforçar o conflito mais do que fomentar o esclarecimento (Brewer e Sigelman, 2002: 33), nestas emissões,

neutralizaram o espaço de especulação. Ocuparam 28,9% do tempo, também em crescendo desde a primeira hora de emissão. ÀS 22h49, a SIC colocava ponto final à sua emissão no canal generalista. A RTP1 fazia o mesmo oito minutos depois, às 22h57. A TVI esticou-se até à meia-noite promovendo os seus convidados numa espécie de cumulação de dois programas num só, em que rentabilizava a emissão com análises ora futuristas, ora circunstanciais.

Quadro 4: Número de actores e respectivo tempo de intervenção na noite eleitoral para Parlamento Europeu entre as 21h e as 23h

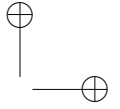
Estações Tele- visivas	Pivots em estúdio		Repórteres nas sedes/delegações		Políticos nas sedes		Comentadores políticos		Comentadores não-políticos	
	núm.	tempo em %	núm.	tempo em %	núm.	tempo em %	núm.	tempo em %	núm.	tempo em %
RTP	3	24,5	6	5,9	16	38,4	5	14,2	2	16,8
SIC	4	13,3	7	15,4	13	52,3	6	8,9	3	9,6
TVI	4	16,0	7	18,1	11	26,0	6	27,5	5	12,2
Total	11	18,2	20	12,7	40	40,0	17	15,9	10	13,0

Considerações finais

As noites eleitorais das televisões portuguesas são sempre rodeadas de forte estratégia promocional, muita vontade de inovar e indomável concentração dos melhores valores. Configurados para responder ao desafio de equivaler à expectativa do telespectador, procurando com o maior número de meios fidelizar as audiências, os operadores televisivos digladiam-se permanentemente ao longo de aproximadamente quatro horas, para melhor impressionar quem os vê. Contudo, apesar desse esforço e do benévolo serviço que as televisões querem prestar, essas emissões acabam por ser miméticas, ao mesmo tempo que redundantes e repetitivas.

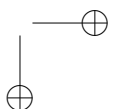
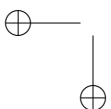
A noite promete sempre alguma novidade, a curiosidade expectante vê-se no exagero dos comentários quase frívolos ou banais dos ilustres convidados e os jornalistas cedem, por uma vez, espaço, tempo e terreno aos políticos que tanto os regateiam.

Independentemente da estrutura pensada e muito além dos planeamentos estratégicos de cada estação, a emissão segue em três andamentos que são perceptíveis ao longo da noite: um primeiro andamento, qual *adagio*, que cor-



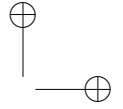
responde à primeira hora das 19 às 20 horas em que toda a narrativa televisiva é controlada, lenta, liderada pelos jornalistas, sem sobressaltos e também sem notícias - logo, com tempo para acções e decisões mornas; um segundo andamento, tipo *allegro*, que corresponde à segunda hora das 20 às 21 horas, em que já há projecções de resultados e um presuntivo vencedor, em que começam a ocorrer as primeiras declarações formais dos partidos em disputa eleitoral, mas ainda antes dos discursos de maior significado. Aqui o tempo é mais quente, mas não fervilha, e o palco começa a ser ultrapassado pelos homens políticos, saindo já do comando organizado dos jornalistas; e, por fim, em jeito de *presto* ou talvez *prestissimo*, o período entre 21 e as 23 horas de total rapidez e sucessão de intervenções, de momentos discursivos aturados ou atropelados por outros que também têm lugar quase na simultânea instantaneidade. A direcção é política e os jornalistas prestam-se apenas a seguir o acalorado desfile de líderes e suas directrizes, sem tempo para pensar duas vezes e sem fracções de desconcentração. Todos parecem conhecer as regras do jogo e adaptam-se à natureza dos jogadores.

Nestas eleições para Parlamento Europeu, a Europa esteve à margem da discussão política, mas também da discussão jornalística, tendo a atenção sido focalizada nas repercussões internas dos resultados, bem como na expectativa despoletada para os actos eleitorais procedentes. Apesar de toda a complexa engrenagem, estas emissões só interessaram a 30,2% dos telespectadores, ainda menos dos que os 36,85% que decidiram votar. Estes dados talvez ordenassem uma reflexão acerca daquilo que estas emissões são: compassos diferentes, muitos dos quais construídos sob uma “ausência de informação” que se mascara à custa de encenações ocas de conteúdo. Importa aqui reter outra questão: se as TV's se preocupam tanto em seduzir as suas audiências para a respectiva emissão, fará sentido deixar o telespectador sentado passivamente no sofá a olhar enfasiadamente o pequeno ecrã? A resposta parece previsível numa altura em que o cruzamento da TV com a Internet proporciona relações de permanente diálogo. RTP e SIC até destacaram espaços próprios para se estabelecerem ligações ao universo virtual dentro do qual se pretendia, por certo, apanhar uma rede interessante de internautas. É também por aqui que se percebe melhor como a TV vai perdendo o interesse (do) público.



Bibliografia

- BALANDIER, Georges, *O Poder em Cena*, Coimbra, Minerva, 1999.
- BOURDIEU, Pierre, *Contrafogos*, Oeiras, Celta, 1998.
- BOURDIEU, Pierre, *Sobre a Televisão*, Oeiras, Celta, 1998.
- BRETON, Philippe, *A Palavra Manipulada*, Lisboa, Caminho, 2001.
- BREWER, Paul R. e Sigelman, Lee, *Political Scientists as Color Commentators: Framing and Expert Commentary in Media Campaign Coverage*, London, The Harvard International Journal of Press/Politics, Sage, 2002.
- CHAMPAGNE, Pattrick, *Formar a Opinião – O Novo Jogo Político*, Petrópolis, Editora Vozes, 1998.
- ECO, Umberto, *Viagens na Irrealidade Quotidiana*, Algés, Difel, 1993.
- KAID, Lynda Lee, *Effects of Political Information in the Presidential Campaign: Comparing Traditional Television and Internet Exposure*, American Behaviour Scientist, London, Sage, 1993.
- LOCHARD, Guy; SOULAGES, Jean-Claude, *La Communication Télévisuelle*, Armand Colin, 1998.
- MOUCHON, Jean, *Política y Médios – Los Poderes bajo Influencia*, Barcelona, Gedisa Editorial, 1999.
- NORRIS, Pippa, *A Virtuous Circle – Political Communications in Postindustrial Societies*, Cambridge, Cambridge University Press, 2003.
- SARTORI, Giovanni, *Homo Videns – Televisão e Pós – Pensamento*, Lisboa, Terramar, 1999.
- SENA, Nilza Mouzinho de, (2008), *A Tribuna Pública do Comentário Político*, in Meirinho Martins, Manuel, et. al, *Comunicação e Marketing Político – Contributos pedagógicos 2*, Comunicação e Política, Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade Técnica de Lisboa, 2008.
- SENA, Nilza Mouzinho de, *As Regras e os Equívocos do Discurso Político*, in Meirinho Martins, Manuel, et. al, *Comunicação e Marketing Político – Contributos pedagógicos*, Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade Técnica de Lisboa, 2006.



SENA, Nilza Mouzinho de, *A Interpretação Política do Debate Televisivo 1974 – 1999*, Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade Técnica de Lisboa, 2002.

TORRES, Nuno Cintra, *Televisão Política*, Lisboa, Círculo de Leitores, 1995.

Bibliografia electrónica

GOMES, Wilson, (2002), *O Sistema da Política Mediática*, in <http://www.unb.br/fac/comunicacaoepolitica/Wilson2002.pdf> - consultado em Agosto de 2009.

SENA, Nilza Mouzinho de, *Tendências Actuais da Comunicação e Marketing Político*, in http://www.idjc.pt/PDFs/tendencias_comunicacao.pdf - consultado em Abril de 2008.

Legislação

Lei n.º 10/2000, de 21 de Junho (Regime jurídico da publicação ou difusão de sondagens e inquéritos de opinião)

