

# O Poder dos Media e a Imagem da América Latina em Portugal

Luis Humberto Marcos  
Diretor do Museu da Imprensa  
Cidade do Porto, Portugal

---

## RESUMO

---

Através da análise de jornais diários e semanários portugueses se pesquisarão os seguintes objetivos: saber o volume e o relevo dos textos sobre as sociedades latino-americanas; conhecer as temáticas mais abordadas; analisar as características da linguagem utilizada; e, caracterizar a imagem que, de forma sutil, anônima, vai sendo difundida para a sociedade portuguesa sobre a América Latina.  
PALAVRAS-CHAVE: Jornais Portugueses, América Latina, Linguagem

---

## RESUMEN

---

A través del análisis de periódicos y revistas portuguesas se investigaron los siguientes objetivos: saber el volumen y el relieve de los textos sobre las sociedades latinoamericanas; conocer las temáticas más abordadas; analizar las características del lenguaje utilizado; y, caracterizar la imagen que, de forma sutil, anónima, va siendo difundida para la sociedad portuguesa sobre América Latina.  
PALABRAS-CLAVE: Periódicos Portugueses, América Latina, Lenguajes

---

## ABSTRACT

---

Analysis of portuguese journals and magazines for researching the following goals: to know the volume and importance of the texts about latin american societies; to know the most common themes; to analyse the characteristics of the languages; and to characterize the image of Latin America that in sutil and anonymous form is being divulged for the portuguese society.  
KEY-WORDS: Portugueses Newspaper, Latin America, Languages

### Introdução

É indiscutível, hoje, que os media constituem um sistema central da sociedade contemporânea, marcando-lhe de forma pregnante os ritmos de orientação e desenvolvimento. As grandes transformações a que assistimos hoje no mundo muito devem ao poder dos media e às novas tecnologias da informação que lhe estão associadas.

Os ritmos de desenvolvimento das últimas duas décadas, com relevo para a última, são indissociáveis do "admirável mundo novo" que as tecnologias da informação nos fazem descobrir permanentemente.

Poderemos mesmo dizer que os media atravessam capilarmente a sociedade, de tal forma que ela só acontece através deles.

A forma como se concretiza o poder dos media não é, todavia, susceptível de uma leitura exclusiva ou unívoca. Pelo contrário, a sua característica

transversal sobre amplas perspectivas analíticas, tal como tem sido evidenciado ao longo deste século, sobretudo a partir dos anos 60.

As perspectivas mais difundidas sobre o poder dos media assentam na idéia de que os media são o "4º poder", embora esta designação não corresponda a nenhuma matriz teórica consistente. Aparentemente surgida de uma irritação parlamentar, polémica, a imagem do 4º poder não está, sequer, devidamente esclarecida, embora se tenha popularmente vulgarizado.

Mais do que uma instância que disputa zonas do poder com outras instâncias, os media detêm uma força menos visível, mas, talvez por isso mesmo, eventualmente mais acentuada.

Tendo como pano de fundo a analítica de Michel Foucault sobre o poder, procuraremos numa primeira fase caracterizar os media segundo uma perspectiva panóptica como máquinas de produção de poder-saber, para em seguida abordar uma certa imagem latino-americana que emana da imprensa portuguesa, resultado ainda parcial de uma investigação em curso.

### **A perspectiva panóptica do media**

A abordagem panóptica dos media remete-nos para o modelo do "panopticon" engendrado por Jeremy Bentham, nos finais do sec. XVIII. Trata-se de uma arquitetura que permite "ver-se tudo sem nunca se ser visto", fazendo com que, assim, o poder passe lentamente de instância repressiva a dispositivo normalizador, instituindo a chamada "sociedade disciplinar" tão bem analisada por Michel Foucault.

A disciplina é o poder da Norma, de que fala Foucault (*Surveiller et punir*, 1975), um poder que se infiltra suavemente nos corpos, unido a outros poderes como o da Lei, da Palavra e do Texto.

Como estrutura generalizável do funcionamento do poder, o panóptico deve ser compreendido como "uma maneira de definir as relações de poder com a vida quotidiana dos homens" (1). Na expressão de Foucault, o panóptico é "mecanismo misto no qual as relações de poder (e de saber) se ajustam exatamente e, até nos detalhes, aos processos que é preciso controlar" (2). Trata-se, afinal, de um processo que produz a interiorização dócil dos mecanismos de controle e eficácia, sem expressões externas de dominação e apoiando-se progressivamente na disciplina interiorizada. Tudo se passa, porém, de uma forma contínua, disciplinar, anônima e invisível.

Na perspectiva de Foucault, a modalidade panóptica do poder constitui a "vertente obscura" do quadro jurídico-político que, no decurso do séc. XVIII, institui o regime de tipo parlamentar e representativo. "As disciplinas reais e corporais constituem o subsolo das liberdades formais e jurídicas" (3). Ou seja, como sintetiza lapidarmente Foucault, "as luzes" que descobriram as liberdades inventaram também as disciplinas" (4).

Tradicionalmente, o Poder está relacionado com instâncias visíveis, com algo que se manifesta, se exige, fundando-se na sua ostentação o princípio da sua força. O Poder institui-se com os rituais do seu próprio movimento.

O poder disciplinar, esse, produz-se e exerce-se invisivelmente. Se na sociedade de tipo feudal-monárquico ser poderoso implica, ou tem por base rituais, encenações, discursos, genealogias, na sociedade disciplinar, os súditos

são tanto mais individualizados quanto mais o poder se torna anônimo e funcional (5).

Esta mudança marca a passagem de “mecanismos histórico-rituais de formação da individualidade para “mecanismos científico-disciplinares” (6) e mostra que o poder produz realidade, produz campos de objetos e rituais de verdade.

O desenvolvimento dos media integra-se no conjunto dispositivos que, sobretudo a partir do séc. XVIII, ativaram a “sociedade da disciplina”, onde o poder se exerce progressivamente mais pela sutileza do que pela repressão.

O modelo maniqueísta com que normalmente são analisados os media têm levado a que o poder destes seja visto, ora negativamente, ora positivamente, um pouco ao sabor das correntes ideológico-políticas. Aqui entronca a noção de 4º poder e de contrapoder. Os efeitos do poder dos media são, todavia, múltiplos e o crivo maniqueísta não corresponde satisfatoriamente às exigências da sua análise. O que nos preocupa mais é o outro lado do 4º poder: é o poder disciplinar, invisível, anônimo, que produz, normalizando os “corpos” e docilizando os “espíritos”.

Quatro argumentos.

Tendo com referência basilar os estudos de M. Foucault sobre a emergência da “sociedade disciplinar”, vemos a imprensa e os restantes media como tecnologias fundamentais de um sistema social panóptico.

Quatro argumentos centrais fundamentam estas nossas perspectivas à volta dos seguintes aspectos: histórico-genealógicos, económicos, jurídico-políticos e técnico-científicos.

### **Argumento histórico-genealógico**

Historicamente, é em paralelo com os discursos dos media que se opera a diluição dos centros absolutos do poder. Os jornais servem o desenvolvimento das disciplinas entendidas como “técnicas que possuem a sua própria especificidade dentro do campo mais geral de outras formas de exercício do poder” (7). E transformam-se, a pouco e pouco, numa dessas técnicas, através da forma como vão divulgando a norma e o desvio do acontecer social. A medida que se desenvolve a alfabetização, o jornal não só se vai transformando em objeto de individualização, como contribui para as alterações que, progressivamente, se instalam na relação público/privado. Como acontece noutros campos sociais e produtivos, assiste-se a uma progressiva divisão do trabalho e a uma especialização na imprensa. As tarefas são fraccionadas e individualizadas numa espécie de rede celular e vão-se automatizando através de regras e técnicas profissionais. Para atingir o “real”, o repórter serve-se de mecanismos disciplinares como são a observação e o interrogatório (entrevista). As melhorias progressivas destes métodos e técnicas e os desenvolvimentos tecnológicos -- do telégrafo à informatização e ao disco óptico -- fazem aumentar o grau de vigilância social, de tal forma que os comportamentos sociais escapam cada vez menos aos dispositivos panópticos. O poder seletivo dos media sobre os imensos fragmentos do real torna-se mais apurado, de tal forma que, se eles quiserem, nada lhes escapa.

## Argumento jurídico-político

Para além da relação com o poder do Estado democrático, a imprensa está desde sempre sujeita a normas jurídico-políticas que lhe definem o campo de visibilidade. Os regulamentos, as leis, os códigos instituídos desde o séc. XVII evidenciam as regras do “exame” que delimitam o funcionamento panóptico dos media. A sua tecnologia normalizadora integra-se estruturalmente no quadro jurídico-constitucional das democracias, quadro esse que a distingue sempre com princípios lapidares.

Nem tudo, porém, é juridicamente delimitado. No outro lado da lei, instituem-se os mecanismos de seleção, categorização, classificação, hierarquização e normalização da realidade social. Se no plano jurídico-político, os media acompanham o prolongamento das grandes estruturas da sociedade, no plano disciplinar também desenvolvem mecanismos invisíveis, obscuros, de relações de força. Tudo se passa como se os media fossem “uma maquinaria, ao mesmo tempo imensa e minúscula, que sustenta, reforça, multiplica e assimetria dos poderes e torna vãos os limites que lhe foram traçados” (8).

## Argumento econômico

A imprensa e os media em geral inscrevem-se na eficácia produtiva dos aparelhos do poder. Como diz Furio Colombo “o uso inteligente e avançado dos meios de comunicação de massas apresenta-se como... um grande estabilizador, um hábil e quase perfeito governante de massas” (9).

Através da sua rede difusa e dispersa, os media tornam-se não só disciplinadores, como disseminam as disciplinas, apontando caminhos, nomeando perigos, denunciando “desviantes”, levando ao julgamento da opinião pública a “anormalidade”, etc., etc.

Por outro lado, o desenvolvimento dos media está diretamente relacionado com as exigências do crescimento econômico, havendo uma relação direta entre estruturas comunicacionais e produtivas. Como afirma Franz Dröge, “a esfera da comunicação está sempre determinada em todas as relações históricas de produção pelos detentores econômicos e políticos do poder que dispõem da repartição da mais-valia social” (10).

Sem querermos cair na visão catastrófica projetada no “big brother” de Orwell, nem no pessimismo de Marcuse ou na profética aldeia de McLuhan, não podemos deixar de reconhecer que a internacionalização do mercado da informação constitui uma base estruturalmente alargada para o desenvolvimento dos mecanismos panópticos. Os olhares centralizam-se, enquanto a rede de trocas se torna cada vez mais dispersa e invisivelmente perpectivadora de consensos e visões unívocas.

## Argumento técnico-científico

Não são só os processos econômicos, jurídicos e histórico-genealógicos que assinalam a estrutura panóptica dos media. Há factores técnico-científicos que reforçam tal perspectiva. As técnicas de produção jornalística inscritas nos correspondentes processos de seleção, triagem, categorização, amplifi-

cação, fragmentação, segmentação e rediscursivização da realidade comportam dispositivos que correspondem ao "olhar sem rosto" do modelo panóptico. Tais processos não só se infiltram por toda a rede de relações sociais, como ajudam a construir o sentido dessas relações e da própria realidade. Neste sentido, poderíamos dizer que os media são um instrumento de "vigilância permanente, exaustiva, onnipresente, capaz de tornar tudo visível" (11).

A velha tese de que os media são o espelho da realidade está posta em causa há muito tempo. Mais do que refletores, eles são também construtores da própria realidade, sendo hoje aceite que os conceitos de atualidade e realidade estão quase totalmente dependentes dos media. Hoje, na sociedade da overdose informativa e da atualidade-cada-vez-mais-presente-imediato, não há dificuldade em obter informações; o problema está em selecioná-las. E é nesta operação, produtivamente central em todos os media, que atuam os aparelhos ideológico-estético-técnico-económicos que decidem qual a atualidade de que serão alvo os seus respectivos públicos. Os media são, neste contexto, as máquinas geradoras do discurso da atualidade, através daquilo que noticiam. Só acontece, socialmente falando, o que é noticiado.

A relação acontecimento-notícia faz com que não só se introduza uma lógica comercial na valorização dos acontecimentos, mas também que se submetam os acontecimentos à lógica discursiva dos media. A vinculação dos acontecimentos ao discurso dos media é um processo complexo mas que não deixa de constituir um domínio analítico que tem orientado grande parte das investigações mais interessantes feitas nos últimos anos.

O discurso dos media funda-se não só em acontecimentos, mas também em pseudo-acontecimentos e simulações, concorrendo bastante para estas as imensas potencialidades das novas tecnologias da informação.

Para além das competências técnicas jornalísticas vai exigir-se um maior grau de responsabilidade.

As operações de seleção e sistematização, quer dos acontecimentos quer da informação, e os processos de hierarquização das notícias tornam-se, pois, mais exigentes com a introdução progressiva das novas tecnologias.

É do exercício daquelas operações e processos que resulta o conjunto das dimensões da realidade circulante nos discursos sociais. Por isso mesmo, tal realidade não é um decalque de acontecimentos, é antes uma realidade construída.

Este é o poder escondido dos media. Um poder invisível, capilar, bem distinto das dimensões vulgarizadas pela noção do Quarto Poder e que permite criar realidade, através dos discursos impressos, visuais, televisivos. Trata-se de um poder relacionado com a disciplina e a normalização social.

Os media, com destaque para a TV, são os grandes difusores dos comportamentos sociais. São eles que ditam, difundindo, o que é normal e anormal. E, embora não lhes pertença a exclusividade de tal função, o progressivo aumento do tempo gasto no seu consumo dão-nos indicações sobre a sua importância. Estudos feitos nos países mais desenvolvidos dizem-nos que os cidadãos ativos ocupam um terço do seu tempo disponível com os media. Segundo outros dados, uma criança de classe média americana com doze anos de escolaridade já viu 22.000 horas de televisão, tendo passado apenas 11.000 horas na escola (12).

Com o seu olhar, panóptico mas fragmentário, sobre o que acontece no mundo, os media constituem uma tecnologia que visa seleccionar, repartir, seriar, normalizar e controlar a "realidade social". Os fragmentos da realidade a que se reportam os media correspondem a elementos da facticidade descontextualizados do "acontecimento real" e que serão recontextualizados pelo discurso jornalístico.

São os media que "constroem o teatro das práticas sociais" (13) e "dão fundamento à identidade e à ação individual e coletiva" (14). De forma disciplinar, invisível e anônima são eles que nos vão criando as principais componentes das imagens que vamos construindo do mundo. Sejam da Europa, da Ásia, ou da América Latina.

"A fragmentação do real presentificada pelos media, a todo o momento, constitui o poliedro das dimensões da realidade circulante nos discursos sociais" (15).

### III - Imagens latino-americanas

Apesar da existência de tecnologias, cada vez mais sofisticadas para a apresentação do real e a construção da realidade, os media não deixam de encarnar o paradoxo do espaço público vazio assinalado por Richard Sennett, ou seja "o paradoxo do isolamento e da visibilidade" (16) que permite, por vezes, vermos mais, sem, no entanto, conseguirmos ver melhor o conjunto.

É no âmbito deste paradoxo que se poderá situar a leitura da imagem que os media portugueses dão da América Latina. Apesar das grandes hipóteses de visibilidade, a informação ou não chega, ou a que chega é tão parca e tão "desviante" que deforma a riqueza e diversidade das sociedades latino-americanas.

Não conheço nenhum estudo alargado sobre o tratamento que os media europeus fazem da atualidade dos países da América Latina. Creio todavia, que seria interessante e muito útil que se desenvolvesse uma investigação ampla (com critérios uniformes) que permitisse avaliar cientificamente a imagem que os media europeus constroem das sociedades latino-americanas. Particularmente os media espanhóis e portugueses.

O nosso estudo, do qual vamos apresentar alguns resultados, inclui quatro jornais diários (Comércio do Porto, Primeiro de Janeiro, Jornal de Notícias e Público) e um semanário (Expresso), sendo dois de Lisboa e três do Porto. O Expresso é o jornal mais importante do país (tiragem de 160.000 ex.) e tem como principal accionista o ex-primeiro ministro Pinto Balsemão que é também dono do principal canal privado da televisão, a SIC, e detentor do vespertino "A Capital". O Público, com a sua redação principal em Lisboa, é o mais novo diário português (tem dois anos e meio), pertence a um dos maiores empresários portugueses e ao "El País" e disputa a liderança da audiência nacional com o Correio da Manhã e o Jornal de Notícias. Este é de todos os diários o único que preservou o grande formato, após os recentes processos de transformação tecnológicos. Edita-se no Norte e é igualmente centenário como o Comércio do Porto e o Primeiro de Janeiro, o que faz com que o Porto seja talvez a única cidade europeia com três jornais centenários em funcionamento. O Comércio do Porto e o Primeiro de Janeiro são, todavia, neste momento, jornais de fraca audiência, com tiragens da ordem dos 20.000 e 10.000 exemplares, respectivamente. Estes foram os jornais escolhidos para o nosso estudo.

A investigação orienta-se para quatro objetivos:

- a) saber o volume e relevo dos textos sobre as sociedades latino-americanas;
- b) conhecer as temáticas mais abordadas;
- c) analisar as características da linguagem utilizada;
- d) caracterizar a imagem que, de forma sutil, anônima, capilar, vai sendo difundida para a sociedade portuguesa sobre a América Latina.

Este estudo, que só terminará no final do ano, envolveu até agora a análise de cerca de 150 jornais, o que significa um terço de quantos pretendemos apreciar.

Para a orientação da análise repartimos o noticiário por seis grupos temáticos: política, economia, cultura, população, casos do dia e relações Europa-América Latina.

Tal como se pode inferir da leitura dos quadros, os temas predominantes são "política" e "casos do dia", com a "cultura" em terceiro lugar. Seguem-se as notícias sobre as relações da América Latina com a Europa, sobre "economia" e, finalmente, "população".

Em termos globais, o maior volume de notícias é naturalmente à cerca do Brasil, tendo estado no centro das atenções o "escândalo Collor de Melo" que ainda domina grande parte do noticiário.

Em termos de "população", os textos principais são sobre a seca no nordeste brasileiro, a vida sexual das adolescentes brasileiras (que são "precozes" e "desinformadas") e sobre o libido dos brasileiros que andará baixa, segundo as notícias, em resultado da inquietação política e social.

No domínio da "economia", o relevo vai, no período até agora estudado, para um encontro de Economistas realizado no Porto, que integrou representantes do Brasil e no qual o Presidente da República Mário Soares atribuiu especiais responsabilidades à Europa no desenvolvimento do diálogo Norte-Sul, considerando-o um "imperativo ético" e uma "questão de bom senso". No âmbito das relações com outros países, o destaque vai para a visita do secretário de estado da cultura de Portugal ao Brasil, notícia que é também dominante no tema da "cultura". Em termos de noticiário cultural há uma larga diversidade de assuntos, mas a grande maioria das notícias é relativa a atividades portuguesas desenvolvidas no Brasil.

Nos "casos do dia", segundo tema mais forte, quase todas as notícias se referem ao tráfico de droga, a raptos e atentados.

Finalmente, a "política" é não só o tema com maior repercussão, como aquele que aborda mais outros países para além do Brasil. O caso da co(llo)rupção é inegavelmente o assunto central, deixando para segundo lugar o plano político-económico do atual presidente Itamar e o plebiscito sobre presidencialismo/parlamentarismo. Sobre este assunto, um dos jornais saiu da trivialidade das abordagens da imprensa portuguesa e fez um inquérito a membros da comunidade brasileira residentes no Porto, tendo destacado para título que "o ideal seria mudar a cabeça dos políticos" (Público, 21/4/93).

Cuba, Argentina, Guatemala, Venezuela e Paraguai são também motivo de atenção da imprensa portuguesa, embora de forma reduzida e denunciando um futuro assustador. Um exemplo: "generais ameaçam eleições paraguaias".

A sombra dos generais que têm sido sinal de sangue e medo em vários países latino-americanos, a miséria, o crime, a droga e a corrupção continuam

a ser as palavras-chave da atracção temática da imprensa portuguesa sobre a América Latina.

Não haverá outra realidade?

Ou esta é a construção da imagem da América Latina que importa fazer criar, através dos media, de forma sutil e anónima?

Não sendo esta a real imagem das sociedades latino-americanas, por que razão fica fechado no círculo daquelas palavras-chave o perfil da América Latina? Será que a sobrançeria de ex-colonizadores precisa de reforçar, de forma difusa e invisível, normas maniqueístas que o poder dos media (analisado na primeira parte desta nossa comunicação) tem condições de perpetuar?

Estas são ainda perguntas sem resposta explícita. No final da investigação, pelo menos, espero ter encontrado algumas respostas.

De qualquer modo, algumas conclusões parciais se podem tirar desde já.

Se compararmos o espaço dedicado pelos jornais portugueses aos assuntos latino-americanos em geral com aqueles que os mesmo jornais dedicam às temáticas dos EUA e do Extremo Oriente (sobretudo ao Japão) -- para não falarmos da Europa, sobretudo Jugoslávia e Rússia -- o desfavorecimento será ainda maior. Que a NOMIC (Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação) não chegou a ser implantada, todos o sabemos, mas que a sua concretização parece cada vez mais longe, talvez não nos tenhamos apercebido, ainda!

Para além de a América Latina estar pouco presente, quando está, ou é em quadros negros (porque a realidade é negra, dir-se-á, sabemos-lo nós, mas não haverá outras realidades?...), ou é como "ilustração de poder" do ex-colonizador.

Os resultados do nosso estudo obtidos até este momento manifestam também que não há uma política editorial portuguesa sobre os países latino-americanos, nem um objectivo de estímulo das relações entre Portugal e a maior comunidade falante de português do mundo: o Brasil com 160 milhões de habitantes.

A América Latina está praticamente arredada da imprensa portuguesa. É como se tivesse sido riscada do mapa, apesar dos laços históricos existentes. E apesar, também, da omnipresente telenovela brasileira que conquistou, já vão quase vinte anos, os lares portugueses e está sempre no topo das audiências. Ou seja: estamos entre tudo e nada.

Por este andar, talvez se tenha que concluir, no final do ano, que em tempo de comemorações dos Descobrimentos nada melhor para uma contradição máxima: encontro há 500 anos, desencontro hoje. Em letra(s) de imprensa!

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1 - FOUCAULT, M - Vigiar e punir, Petrópolis, Vozes, 1975, p. 181
- 2 - Idem, p. 182
- 3 - Idem, p. 195
- 4 - Ibidem
- 5 - Idem, p. 171
- 6 - Idem, p. 172

- 7 - RAJCHAMN, J. - **Foucault: a liberdade da filosofia**, Rio de Janeiro, Zaar Ed., 1987 (original de 1985)
- 8 - FOUCAULT, M. - **Vigiar e Punir**, p. 196
- 9 - COLOMBO, F. - **Television: La realidad como espectaculo**, Barcelona, G.G., 1976, p. 23
- 10 - Citado por Beth, Hanno e Pross, Harry - **Introduccion a la Ciencia de la Comunicación**, Barcelona, Antropos, 1987, pp. 64-76
- 11 - in **Vigiar e Punir**, p. 188
- 12 - SINGER, Dorothy - A time to reexamine the rool of television in our lives, **American Psychologist**, July, 1983, pp. 815-816
- 13 - QUÉRÉ, L - **Des miroirs équivoques**, Paris, Aubier, 1982, p. 154
- 14 - Ibidem
- 15 - MARCOS, L. Humberto - **O Poder dos Media - Da Linguagem ao Panoptismo (contributo para uma teoria panóptica da comunicação)**, texto policopiado, Porto, 1990.
- 16 - SENNETT, R. - **Les tyrannies d'intimité**, Paris, Le Seul, 1979, p. 220.

*A Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM), fundada em 1977, desenvolveu nos últimos 15 anos um esforço pioneiro na organização e no desenvolvimento dos estudos de comunicação no país. Surgida no processo de rearticulação política que marca o declínio do Estado autoritário, a exemplo de outras entidades de caráter científico, a INTERCOM contribuiu para o fim do isolamento e da fragmentação do trabalho acadêmico desenvolvido por professores e pesquisadores, adquirindo peso significativo não apenas no panorama universitário nacional, mas também junto a outras instituições internacionais ligadas à área. Ao mesmo tempo, a entidade aprofundou o debate em torno dos problemas da Comunicação Social, enfocando-os tanto em função das peculiaridades sócio-políticas e culturais do Brasil, como do ponto de vista de uma perspectiva global, ao nível dos avanços teóricos e metodológicos verificados em todo o mundo. O trabalho interpreta os dois processos - o de organização dos cientistas e o de aprofundamento dos estudos - a partir da análise das principais publicações da entidade.*

