

---

## Posfácio

---

### Quando os *media* trabalham o consenso<sup>1</sup>

Os acontecimentos mediáticos ou “os grandes dias de festa dos *media*”, como lhes chamou Elihu Katz (1993: 53), traduzem a sobrevivência do ritual nas sociedades contemporâneas ao mesmo tempo que invertem a lógica da cultura jornalística ocidental. Trabalhando o negativo e o conflito como critérios de noticiabilidade centrais, o discurso dos *media* interrompe-se em momentos raros para ecoar uma retórica de consenso que dura o tempo do acontecimento mediático ou cerimonial, como prefere chamar-lhe Mário Mesquita (2003: 30). Poderá a cobertura televisiva da visita do Papa Bento XVI enquadrar-se nesta categoria?

São seis as condições necessárias para se poder classificar uma emissão como acontecimento mediático (Katz, 1993: 53,54). Em primeiro lugar, o acontecimento tem de ser transmitido em direto, o que significa que não só interrompe como suspende a programação televisiva habitual. O telespetador é transportado até ao local em que decorre a cerimónia, criando a sensação de que está efetivamente lá, que participa de forma

---

<sup>1</sup> Agradeço o convite do professor Paulo Mendes Pinto para partilhar aqui estas breves palavras em jeito de posfácio da obra *Leitura (Im)Possível de uma Visita*. Mais de dois mil jornalistas de 140 órgãos de comunicação social de 24 países asseguraram a cobertura dos quatro dias de visita do Papa Bento XVI a Portugal. Este texto corresponde a um olhar sobre as características da cobertura televisiva à luz da Teoria dos *Media Events* de Katz e Dayan. As referências bibliográficas utilizadas são as seguintes:

DAYAN, Daniel e Katz, Elihu (1999). *A História em Directo – Os Acontecimentos Mediáticos na Televisão*, Coimbra: Minerva.

MESQUITA, Mário (2003). “Celebração e Excomunhão nos Acontecimentos Mediáticos” in *O Quarto Equívoco – O Poder dos Media na Sociedade Contemporânea*, Coimbra: MinervaCoimbra, pp. 29-40.

KATZ, Elihu (1993). “Os Acontecimentos Mediáticos: O Sentido de Ocasão” in *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”* (Org. Nelson Traquina), Lisboa: Vega, pp. 52-60, (1.ª edição: 1980).

CARLA RODRIGUES CARDOSO

ativa no acontecimento que se mostra no televisor. Na visita do Papa Bento XVI a Portugal, entre 11 e 14 de Maio de 2010, a RTP assumiu o papel de televisão oficial mas partilhou com as outras duas estações nacionais (SIC e TVI) a cobertura em direto dos quatro dias. Assim, a passagem por Lisboa, nos dias 11 e 12, foi transmitida pela RTP; a emissão em Fátima, a 12 e 13, ficou com a TVI; enquanto a visita ao Porto, no dia 14, teve transmissão da SIC. Nenhum momento oficial ficou de fora. O direto garante uma aura de mistério e contribui para a emoção do acontecimento mediático: há uma incerteza em relação ao desfecho – este decorre ali e agora, sob o olhar de todos, mas não se sabe como terminará.

Uma segunda característica do acontecimento mediático é o facto de não ser iniciado pelos *media*. Isto significa que teria lugar mesmo que as câmaras estivessem ausentes, isto é, mesmo que a cobertura mediática não fosse assegurada, uma vez que o acontecimento em causa possui valor intrínseco. Apesar de ser quase impossível pensar hoje na ausência de câmaras a acompanhar os passos do Papa quando viaja, a verdade é que as visitas papais são um fenómeno anterior à televisão; já se registavam independentemente da existência ou não dos *media* e fazem parte da política de comunicação da Santa Sé. No caso da visita do Papa Bento XVI em análise quer as datas quer os contornos dos passos de Sua Santidade em Portugal foram definidos entre o Vaticano e as autoridades portuguesas. Os *media* tiveram que trabalhar e adaptar-se a um programa pré-definido por entidades externas.

“Pare com tudo e junte-se a nós na construção da história” (Idem: 54) é o apelo do acontecimento mediático. Uma característica que apenas se regista num pano de fundo carregado de emoções e de símbolos que asseguram ao acontecimento a aparência de grande drama ou ritual. A marcha lenta no papamóvel de Bento XVI pelas ruas de Lisboa, o acenar da multidão, a *mise-en-scène* definida em cada um dos locais de celebração, os constrangimentos no trânsito e até a tolerância de ponto decretada para Lisboa e Porto contribuíram para sublinhar a importância do acontecimento. O facto de as três estações televisivas se terem coordenado para assegurar os diretos não impediu que em alguns momentos mais simbólicos, como a chegada do Papa a Portugal, todos os canais transmitissem o mesmo, reforçando a necessidade de dar atenção ao que se passava no ecrã.

Para que o acontecimento mediático possua o “elemento eletrificante que atrai um público de massas para algo especialmente comovente” (Idem: 53) é indispensável o seu pré-planeamento. Tudo é planeado com grande antecedência e todos os pormenores são publicitados. Os *media* desempenham um papel na criação de expetativas em torno do que irá acontecer, noticiando os preparativos e adiantando hipóteses sobre a

forma como o acontecimento se desenrolará. Com cerca de uma semana de antecedência em relação à data da chegada do Papa Bento XVI a Portugal, surgiram genéricos criados especialmente por cada canal televisivo para separar os blocos informativos sobre o tema, contribuindo para a criação de uma emoção em crescendo de antecipação em relação à visita.

O enquadramento concreto no espaço e no tempo é a penúltima das exigências do acontecimento mediático e uma condição para assegurar que este seja concentrado e circunscrito. Os *media* – e a televisão em particular – precisam de saber exatamente quando e onde o acontecimento vai decorrer. No caso da visita do Papa, o percurso e os locais que Sua Santidade visitaria estavam claramente definidos e o horário de cada passo dado foi anunciado, para que nada perturbasse a cobertura desejada.

A sexta e última característica dos acontecimentos mediáticos é a centralização numa personagem. Todas as narrativas necessitam de um herói que centre e concentre a história a contar, focando a atenção dos telespectadores. No caso em análise, essa figura coincide com o Papa Bento XVI. Todos os pormenores sobre este herói se tornaram apetecíveis para os *media*. Que declarações fará? Porque usa sapatos encarnados? Conseguirá fazer esquecer o Papa João Paulo II? Das mais sérias às mais triviais, estas e muitas outras questões foram colocadas, antecipadas, respondidas, escrutinadas até à exaustão.

Olhando para a visita do Papa Bento XVI verifica-se que esta reúne todos os ingredientes para ser classificada como acontecimento mediático, incluindo a inversão que opera na forma como os *media* funcionam. Por um lado, a agenda habitual fica de lado – durante os quatro dias da visita, a sensação era que nada mais acontecia em Portugal ou no mundo. As interrupções publicitárias reduzem-se a um mínimo indispensável e os jornalistas convertem-se em mestres-de-cerimónia. Os jornalistas / apresentadores do acontecimento vestiram um papel sacerdotal e reverencialmente, em voz contida, guiaram os telespectadores pelas imagens que iam vendo/vivendo.

Dentro da tipologia de acontecimentos mediáticos desenvolvida por Katz e Dayan (1999), a cobertura televisiva desta visita enquadra-se entre as do tipo designadas como “coroação”, momentos especiais de celebração de normas e tradições enraizadas que contribuem para o reforço do consenso em torno de determinados valores. A telecerimónia aproximou os portugueses de Bento XVI e iniciou, com a bênção dos *media*, o ritual de esquecimento do carismático Papa João Paulo II.

Campo Grande, 22 de Novembro de 2010

CARLA RODRIGUES CARDOSO (ULHT)

