

GOVERNOS E MEDIA: O TRIUNFO DA MEDIATIZAÇÃO POLÍTICA E A AUTONOMIA DO JORNALISMO

JOÃO CARLOS CORREIA

UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR

Resumo

Os processos relativos à saída de Marcelo Rebelo de Sousa e o fim do Jornal Nacional, ambos ocorridos na TVI, permitem-nos reflectir acerca das novas condições da *praxis* política num ambiente altamente mediatizado. O papel das fontes, o spinning, as relações dos poderes políticos com os media, o poder dos grandes media, o papel da opinião pública e o espaço deixado aos cidadãos são algumas das questões que estes exemplos levantam.

Palavras-chave

Jornalismo Político; Manipulação; TVI.

Em dois governos seguidos, dois casos, passados na proximidade de campanhas eleitorais e na TVI, (os chamados caso Marcelo Rebelo de Sousa e o caso Manuela Moura Guedes) levantaram questões que dizem respeito à natureza das relações entre os media e o sistema político. Neste artigo, recorre-se aos exemplos destes dois Governos - o primeiro liderado por Pedro Santana Lopes o primeiro, e o segundo por José Sócrates - para referir de passagem um conjunto de episódios que apresentam em comum o facto de evidenciarem sinais de uma crescente afirmação da meediatização política. A política, tal como se pratica nos nossos dias, implica uma zona de interface com a comunicação. Para caracterizar este interface, passaram inclusive a utilizar-se neologismos ou expressões como sejam «política espectáculo», «vídeo-política», «política mediática», etc. Portugal chegou a este estágio de mediatização da política com relativo atraso por razões estruturais de natureza política e económica. Os episódios que aqui se analisam expressam a chegada definitiva deste estágio da política, correspondendo por isso a uma alteração estrutural do espaço público e da comunicação política neste país. Para alguns autores, esta situação traduz-se num conceito de «campanha permanente», uma situação em que a influência dos media, o peso das sondagens transformam a mensagem política numa *performance* contínua sujeita a uma avaliação permanente. Assim, verificou-se, em Portugal, uma evolução no sentido da diferenciação da lógica própria dos *mass media*, na sua relação com o sistema político. Ao mesmo tempo gerou-se uma consciência cada vez maior por parte dos agentes políticos da impossibilidade de fazer política sem ter em conta os media. Finalmente, um terceiro movimento diz respeito à emergência de um paradigma que acentua dinâmicas

contraditórias e imprevisíveis resultantes de processos de segmentação e descentralização para o qual contribuem novos conteúdos e plataformas bem como a emergência de novos actores sociais. Este movimento triplo traduz-se numa transformação da política mas também numa transformação do jornalismo político, dando ainda azo à intervenção de novos actores comunicacionais especializados, dos quais ressaltam as agências de comunicação política e de assessoria de imagem, aos quais se soma o imprevisível efeito da blogoesfera e das redes sociais.

I

Em 2004, quando se inicia o conjunto de fenómenos aqui analisados Portugal encontra-se num novo estádio da relação entre os actores políticos e os actores mediáticos (Gomes, 2004: 50 e seguintes):

O 1.º estádio teria correspondido à imprensa de opinião associada a um espaço público que foi conhecendo uma expansão crescente;

O 2.º estádio resultaria da identificação dos meios de comunicação social com instrumentos de conquista de legitimidade e de produção de efeitos junto da opinião pública, de que o exemplo limite é a propaganda. O exemplo mais óbvio terá sido neste caso a utilização da Rádio e da Televisão pela Ditadura e algumas tendências, também elas de acentuado pendor propagandístico, verificados nas lutas políticas que se seguiram ao 25 de Abril. Para essas tendências terão contribuído: a) a tomada dos media pelos partidos e facções políticas; b) o próprio empenhamento político dos jornalistas nas controvérsias pós revolucionárias; c) a ausência de um sistema mediático e de um jornalismo forte, efeitos do fraco desenvolvimento capitalista de Portugal e da subordinação política à ditadura; d) a falta de hábito das novas elites políticas no relacionamento com o jornalismo, nomeadamente a dificuldade em criar um modelo que respeitasse a autonomia e o pluralismo da televisão pública.

Finalmente, encontramos-nos num 3.º estádio em que não podemos falar apenas de meios de comunicação, mas de ambientes comunicacionais: a autonomização dos meios como indústrias de informação e da cultura faz com que o campo dos media siga uma autonomia crescente com a adopção de lógicas próprias e de certa forma auto-referenciais. Os novos sectores industriais são mais do que simples instrumentos de mediação entre a esfera política e a sociedade. Afirmam-se como uma instituição social com regras de funcionamento, valores específicos, hierarquias próprias, e com princípios e valores imanentes que se tornam prioritários sobre princípios e exigências de outras esferas. Esta ideia está relacionada com a de sistema. Um sistema surge quando um conjunto de instituições é criado numa esfera social e passa a exercer funções específicas, actuando de forma diferenciada de outros sistemas como o político, o religioso, a economia, etc. Assim cada sistema opera com uma lógica e uma linguagem particular: a economia tem o dinheiro como código diferenciador, a política

opera através do poder, a educação através da produção e reprodução de conhecimento. O sistema dos media detém os recursos para a produção de visibilidade que os actores de outros sistemas e instâncias sociais necessitam. De acordo com esta diferenciação funcional os *mass media* são como todos os outros, um sistema que atende a uma função específica da sociedade moderna (Cf. Luhmann, 2000: 12).

Adicionalmente à relação entre o sistema dos *mass media* e o sistema político, importa considerar o papel da esfera pública e da opinião que nela se forma. A esfera pública, entendida como uma rede informal e não institucionalizada de comunicação, de informação e de trocas de pontos de vista, é uma esfera de identificação, detecção e tematização de problemas, cuja influência se deve continuar a reflectir no posterior tratamento das questões que, seguidamente, têm lugar no interior do sistema político (Cf. Habermas, 1996: 359; Cf. Habermas, 2003: 91). Assim, os processos de deliberação democrática nutrem-se de uma formação de vontade articulada formalmente em termos democráticos e da constituição informal de opinião no interior dos espaços públicos em que esta flui.

Em suma, temos nesta arquitectura conceptual, três instâncias sociais merecedoras de atenção para as dinâmicas de comunicação política: a) Um sistema político centrado nas questões que dizem respeito ao exercício formal do poder e da actividade política institucionalizada; b) Um sistema de *mass media* que dispõe dos recursos necessários à atribuição de visibilidade aos actores vinculados a outros sistemas e instâncias sociais; c) a esfera pública como uma rede informal de comunicação e de trocas de pontos de vista e de identificação de problemas que serão tornados visíveis pelo sistema mediático e serão objecto de decisões pelo sistema político.

Um elemento adicional de explicação que nos parece colher algum interesse para a análise do desenvolvimento da esfera de visibilidade mediática em Portugal é a abordagem recentemente trabalhada por Brian McNair que fala da transição de um paradigma do controlo – que vê a cultura mediática como um aparato monstruoso que exerce um domínio sobre e pessoas iludidas e manipuladas – para um paradigma do caos marcado pela fragmentação, pela aceleração da mudança, pela segmentação das mensagens, das plataformas e dos conteúdos, pela descentralização, pela orientação no sentido da procura e erupção das diferenças, pelo desenvolvimento não linear dos sistemas de comunicação. O paradigma do controlo enfatiza a importância da estrutura e da hierarquia na manutenção de uma ordem social injusta. Assenta numa ideia de determinismo económico, onde as elites dominantes estendem o seu controlo desde os recursos económicos aos aparelhos culturais dos media, incluindo os meios de propaganda e de relações públicas, conduzindo a resultados previstos como o enviesamento mediático favorável às elites, a formação de uma ideologia dominante e a manipulação. Por contraste, o paradigma do caos reconhece o desejo de controlo por parte das elites mas sugere que o exercício do controlo é constantemente interrompido por imprevisíveis erupções e bifurcações emergindo do impacto de

factores políticos, culturais, económicos e tecnológicos no processo comunicacional. Assim verifica-se mais a disputa ideológica do que a hegemonia; a volatilidade crescente das agendas noticiosas, a emergência de frequentes mensagens críticas no sistema mediático conduzindo até à sua comercialização em circuitos de distribuição *mainstream*, a multiplicação de pretensões de validade conflituais oriundas de minorias e de movimentos sociais que obtêm alguma recepção mediática ainda que contraditória nas suas configurações, a multiplicação de media com pontos de vista diferentes e contraditórios, a expansão de formas alternativas de expressão como a blogosfera, a segmentação proporcionada pelas novas plataformas disponibilizadas pelas novas TICs (jornalismo móvel, redes sociais, etc.) em suma, a erosão das condições de controlo por efeito da concorrência no seio dos media, ao reforço do escrutínio sobre as elites e sobre os próprios media, a diversificação e descentralização da produção mediática (McNair, 2008: p. vi; xiv; 4; 37; 124). Apesar dos sinais contraditórios parece-nos que esta mudança de paradigma contém elementos produtivos relevantes para a detecção de alguns elementos novos relacionados com as práticas políticas portuguesas na sua relação com o sistema mediático.

II

Portugal conheceu até aos anos 80 um ambiente comunicacional caracterizado pela presença monopolista de um único canal público de televisão, cujas características reproduziam ainda um certo cinzentismo herdado da ditadura de Oliveira Salazar, ele próprio um personagem muito fechado à modernidade e desconfiado por natureza da televisão, cuja aparição em Portugal perfilhou, embora sem entusiasmo. Por outro lado, a Comunicação Política em Portugal conheceu um momento incipiente tendo-se desenvolvido sob o ponto de vista de uma actividade sistemática e profissionalmente desempenhada apenas a partir do fim da década de 1990.

Em menos de trinta anos, Portugal passou de uma sociedade fortemente rígida do ponto de vista comunicacional – caracterizada por um monopólio público de televisão exercido em condições de um férreo e monolítico controlo governamental e de uma imprensa relativamente incipiente no que respeita à sua profissionalização coartada de condições políticas e económicas que permitissem o exercício de uma actividade concorrencial – para um modelo empresarial de livre concorrência plena e agressiva a que se adicionam as constantes novidades resultantes do fenómeno geralmente designado por «Sociedade da Informação». Esta transformação realizou-se em larga coincidência com a modernização capitalista do país verificada com a adesão à União Europeia.

Não será certamente por acaso que na sequência da adesão de Portugal à União Europeia em 1986, se tenham verificado vigorosas transformações estruturais no âmbito da comunicação. A mais decisiva transformação foi o aparecimento das TVs privadas as quais constituem

um fenómeno relativamente jovem que veio reconfigurar completamente o espaço público e as condições de relacionamento entre os diferentes agentes da Comunicação Política.

Ao mesmo tempo que se verificou o aparecimento das televisões privadas surgiu o movimento das rádios livres ou rádios «piratas» desafiando o monopólio que também se verificava no sector. Apesar de, pela sua exígua dimensão e pela sua escassa capacidade de afirmação empresarial, terem, em larga medida, naufragado, sobreviveram alguns grandes projectos de Rádio que agitaram o panorama político vigente: o destaque foi para a TSF Rádio Jornal que inaugurou um modelo de rádio noticiosa agressiva e dinâmica, centrada na informação e no debate político.

Finalmente, a Imprensa conheceu, também ela, uma viragem no sentido da sua modernização, com projectos como o Jornal "Público", hoje o mais importante diário de referência português e o semanário "Independente", protagonista de uma forma de jornalismo político que, pela primeira vez, ousou pôr em causa algumas dinâmicas de tradicional cinzentismo no que respeita às relações entre jornalismo e política.

III

No que respeita à afirmação da política formal nomeadamente o relacionamento entre as instituições do Estado e o sistema mediático – motivo principal deste encontro – denotam-se a existência de, por um lado, uma profissionalização da política na sua relação com os media e o aparecimento de actores políticos com um elevado desempenho mediático.

Há alguns elementos de caracterização dos dois políticos que escolhemos como exemplos deste ensaio e que são relevantes para a compreensão da sua relação com a comunicação: Pedro Santana Lopes e José Sócrates encarnam uma geração jovem quando a democracia foi implantada em Portugal. Qualquer um dos dois protagonistas referidos não tem uma tão acentuada vinculação ideológica quanto a da geração anterior de políticos forjada pela resistência e pela revolução que se lhe seguiu. Ambos despertaram para a política já no período de transição democrática e tiveram os seus primeiros triunfos políticos mais significativos durante a adesão à União Europeia que modificou completamente a paisagem económica, política e comunicacional portuguesa.

Ambos emergiram, também, numa ocasião em que se efectuaram transformações na paisagem da comunicação política portuguesa mais centradas na mediatização da política e na gestão da imagem pessoal. Nesse sentido, transportam uma diferença substancial com a geração anterior que lutara pela democracia e pela definição dos grandes objectivos estratégicos de Portugal: a descolonização, a democratização (com a oposição entre modelos participativos e representativos) e a escolha de um modelo de desenvolvimento económico oscilante entre uma espécie de via socialista e o capitalismo liberal. Quando ambos se consolidam como primeiras figuras do regime, estas opções estavam definidas e tinham sido

finalmente vincadas de uma forma determinante pela adesão à União Europeia.

Pedro Santana Lopes cultiva uma imagem oratória eficaz, ligada ao sucesso mediático e à capacidade de afirmação da sua imagem pessoal junto das câmaras, mediatização da sua vida privada e em iniciativas de campanha. O seu curto Governo foi marcado por episódios de relacionamento intenso com os media, acusações repetidas de interferência mútua entre os dois sistemas (sistema político e sistema dos media), tendo inclusive havido momentos em que o Governo foi acusado de censurar a Televisão. Grande parte da sua ascensão no espaço político advém dessa notoriedade mediática. Nesse sentido participou num *reality show* de perfil político (a Cadeira do Poder, onde personalidades submetiam os seus dotes de persuasão à apreciação do público presente no estúdio de televisão, numa espécie de "faz de conta"), foi comentador desportivo na SIC, comentador político na RTP (juntamente com José Sócrates), colunista no influente Diário de Notícias e presença assídua das revistas-de-coração.

Quanto a José Sócrates, também fortemente identificado com um tipo de política substancialmente mediatizada e centrada na persuasão oratória, conheceu, em todo o período da legislatura, sobretudo na sua segunda fase, momentos-chave insistentemente relacionados com a gestão da imagem e da comunicação política. Não conseguiu evitar acusação de interferências abusivas nos media e a existência de polémicas com alguns meios de comunicação social.

A chegada de ambos a uma posição política de liderança que lhes permitiu partir à conquista do poder foi imediatamente precedida pela sua presença num programa semanal de debate político onde se enfrentaram durante o ano de 2003.

Assim, um elemento comum aos dois foi a intensidade do seu relacionamento com os media. Muitos analistas consideram-nos o produto de uma hábil gestão dos *espaços mediáticos* e da facilidade pelo relacionamento com os dispositivos mediáticos, embora com estratégias consideravelmente diferenciadas porém ambas exemplo de uma geração de políticos que têm uma consciência muito elevada da presença dos ambientes comunicacionais.

Um episódio determinante do Governo Santana Lopes coincide com a saída de Marcelo Rebelo de Sousa da TVI e traduzir-se-á na acusação de que Executivo terá conduzido pressões junto da TVI para conduzir a demissão do mais popular comentador político do país. Marcelo Rebelo de Sousa terminou o seu programa semanal dois dias depois de ser severamente criticado pelo ministro dos Assuntos Parlamentares, que o acusou de ter ódio de Santana Lopes e de mentir contra o primeiro-ministro. A relação de causa e efeito é rapidamente estabelecida. Toda a oposição acusou o Governo de interferência na TVI. Seguiram-se audiências parlamentares e sessões no órgão regulador da Comunicação Social, a Alta Autoridade para a Comunicação Social (actual ERC). Marcelo Rebelo de Sousa admitiu subliminarmente a existência de pressões para o seu afastamento. As audiências na Alta Autoridade para a Comunicação Social foram transmitidas em directo. Tais audi-

ências englobaram o Presidente do Conselho de Administração da TVI e o próprio Rebelo de Sousa. Terminaram com um veredicto que conclui que as declarações do ministro dos Assuntos Parlamentares sobre os comentários de Marcelo Rebelo de Sousa na TVI constituem "uma tentativa de pressão ilegítima" sobre a Media Capital, proprietária da televisão e colidem com a "independência dos órgãos de comunicação social portugueses".

Consideravelmente apostado na condução de uma política espectáculo, o primeiro-ministro demissionário conhece as reveses de uma política de comunicação demasiado próxima dos media: escrutínio apertado, fugas de informações, contradições entre as fontes governamentais, excesso de exposição à crítica.

Os primórdios do Governo socialista de José Sócrates irão revelar uma orientação na relação com os media que constituem o oposto absoluto do que fora o Governo anterior. Onde Santana Lopes revelara um ostensivo perfil assumindo directamente o uso dos media como forma privilegiada de relação com a população e os eleitores, José Sócrates irá tentar assumir uma postura inicial de muito maior discrição centrada precisamente numa estratégia de silêncio e de escassa mediatização. (CF. Santos, Livro de Actas, IV SOPCOM, p. 677 <http://www.bocc.ubi.pt/pag/santos-halia-comunicacao-politica-governo-portugal.pdf>).

A estratégia do silêncio, que incomodava uma parte considerável da imprensa, estava directamente relacionada com uma orientação com a qual se procurava demonstrar que o Governo tinha um rumo claro e uma estratégia definida, não cedendo às pressões dos media nem à opinião pública, contrariando a vontade de exposição reivindicada pelos jornalistas. Com isto, pretendia-se fazer uma demarcação em relação ao anterior Governo. De acordo com um inquérito levado a efeito por Hália Costa Santos junto dos jornalistas, estes reconheceram uma intenção clara do XVII Governo no sentido de adoptar uma política de "falar o menos possível", marcando a diferença em relação ao Governo anterior. Um director de uma televisão caracterizava a comunicação política do XVII Governo como uma "atitude discreta, reservada e lacónica" que resulta num "sinal importante sobre a autoridade do Primeiro-ministro" (Idem, 683). Os jornalistas opinavam que os assessores teriam instruções para falar o menos possível. O contraste com o antecessor, Santana Lopes, era expressamente invocado. "Enquanto o Governo anterior pecava por excesso na gestão do 'soundbite', este exagera nos silêncios". De uma forma genérica, considerava-se a mensagem que Sócrates estava a passar, sobretudo tendo em conta que se tratava de um Governo que estava a aplicar "medidas duras de austeridade".

Porém, os problemas do novo Governo com os media não demorariam a conhecer um caminho consideravelmente menos pacífico. Em Março de 2007, a graduação de José Sócrates em Engenharia Civil, obtida na Universidade Independente, foi posta em causa. O assunto foi despertado na imprensa em 22 de Março de 2007 no jornal *Público*, num artigo escrito pelo jornalista Ricardo Dias Felner, na sequência de ataques produzidos na blogosfera (o que é bem significativo de como há aspectos que escapam aos elementos

tradicionais do paradigma do controlo).

O assunto foi em larga medida exposto pelo jornal *Público* e, posteriormente, pelo semanário *Expresso*. A primeira reacção de Sócrates foi prosseguir com a sua estratégia de *low profile*, evitando responder. Porém, em face de um acentuado avolumar da pressão mediática o primeiro-ministro expôs a sua versão dos factos no dia 11 de Abril de 2007, numa entrevista em directo para a RTP 1 e a RDP, as empresas estatais de Televisão e Rádio. Sócrates afirmou não ter sido favorecido pela Universidade Independente na obtenção do seu grau académico, defendendo a autenticidade da sua licenciatura, e declarou estar a ser alvo de declarações maliciosas.

Uma investigação oficial sobre a validade das habilitações de José Sócrates concluiu que ele não incorreu em qualquer ilegalidade. O assunto porém, levou a um agudizar de posições entre o Primeiro-ministro e a comunicação social, com destaque especial para o jornal *Público*. A estratégia inicial do Governo em relação aos media conhecia a sua primeira grande dificuldade.

O segundo momento de tensão com os media surge com o chamado caso Freeport e, curiosamente, termina, no final da legislatura com a acusação de que José Sócrates exercera pressões ilegítimas sobre uma jornalista da TVI. Genericamente, o Primeiro-ministro sofre a suspeita, de quando era Ministro do Ambiente, ter aceite pressões ou outras formas de aliciamento para permitir a construção de um Centro Comercial de grandes dimensões numa zona em que recaíam restrições ambientais. Todavia há que assinalar que o caso Freeport como fora conhecido fora revelado por uma denúncia anónima já em 2005, quando das primeiras eleições em que Sócrates vencera e voltava agora à ribalta dos jornais, na véspera de novas eleições.

O tema foi abraçado pelo canal de televisão TVI, em especial, pela jornalista Manuela Moura Guedes. Evidenciando um tom particularmente crítico em relação ao Primeiro-ministro, a jornalista todas as sextas feiras no Jornal Nacional, ia acrescentando novas peças ao caso da aprovação do centro Comercial Freeport. Entre as peças mostradas no Jornal Nacional encontra-se o polémico DVD em que é filmada uma conversa com representantes da consultora Smith & Pedro, contratada pela Freeport para ajudar a desbloquear o processo ambiental do empreendimento. Durante a conversa os representantes da Smith & Pedro referem subornos ou luvas pagas a responsáveis governamentais. O nome de Sócrates, Ministro do Ambiente, ao tempo da aprovação do projecto é referido neste contexto. Sócrates reage afirmando que as afirmações são "completamente falsas, inventadas e injuriosas" afirmando que não conhece as pessoas que surgem no DVD.

Numa entrevista ao canal de televisão RTP, Sócrates refere-se ao Jornal Nacional de Sexta-Feira como uma "caça ao homem", um "telejornal travestido" feito de "ódio e perseguição pessoal". Na resposta, o director geral da TVI, José Eduardo Moniz, responde às declarações proferidas por José Sócrates, sublinhando que o primeiro-ministro o ofendeu

na sua "honra e dignidade" e que, por isso, avança para Tribunal contra o responsável pelas alegadas ofensas. No discurso de abertura do XVI Congresso Nacional do PS, José Sócrates aludiu «à campanha negra» levada a cabo por alguns órgãos de comunicação social. «Quem escolhe quem governa é o povo, não é um director de um jornal ou uma televisão».

A escalada das relações entre a TVI e a jornalista Manuela Moura Guedes prossegue. No início de Setembro, a Administração da TVI suspende o Jornal Nacional e lança um teramoto político em plena campanha eleitoral que conduz às eleições do dia 27 de Outubro. Na sequência da suspensão do Jornal Nacional, a direcção de informação decidiu apresentar a sua demissão, a oposição fala em ameaça à liberdade de imprensa, a Entidade Reguladora da Comunicação Social critica a administração da TVI e a Comissão Permanente da Assembleia da República reúne para se debruçar sobre o tema. Vários jornais publicam a versão segundo a qual a decisão de suspensão do Jornal Nacional terá sido tomada e comunicada pelo Presidente do Conselho de Administração da Prisa, grupo espanhol de comunicação que é accionista maioritário da empresa que detém a TVI. A Prisa, detentora de alguns dos maiores órgãos de comunicação social de Espanha, é um grupo económico considerado próximo do PSOE (Socialistas espanhóis). O PS e José Sócrates são sujeitos à acusação de terem conduzido às condições que levaram à demissão de Manuela Moura Guedes, facto considerado pela oposição como um atentado à liberdade de Imprensa.

Curiosamente, tal como os seus antecessores, o PS terminava o mandato acusado de interferência na TVI. Em 27 de Setembro, Sócrates é reeleito sem maioria absoluta de deputados mas com uma confortável distância do segundo partido mais votado. Toda a primeira metade da campanha eleitoral é marcada pela polémica em torno do caso «Manuela Moura Guedes», sendo praticamente todos os líderes partidários convocados a dar a sua opinião durante os debates.

Conclusões

Assim:

a) Os exemplos aqui aludidos demonstram a importância que o campo dos media ganharam na configuração e representação do sistema político. Por um lado, a relação entre os media e a política acentuou-se consideravelmente, de tal forma que é impossível conceber a política sem a existência de um ambiente mediático, denotando-se da parte dos políticos notáveis esforços para controlar as margens de incerteza resultantes de um relacionamento dinâmico com a opinião pública.

b) Apesar das interferências e das zonas de interface, o campo dos media ou sistema dos *mass media* desenvolve uma lógica própria de relacionamento com o sistema político que está relacionado com a sua constituição e plena autonomia como instância social

dotada de uma lógica e de uma racionalidade próprias. Nesse sentido, sem que se possa negar a apetência das elites pelo exercício do controlo e da manipulação, os *mass media* detêm uma lógica própria que não advém apenas de uma opção ética e deontológica mas que decorre da sua função e das condições empíricas em que a exerce. Isto é, as tentativas de controlo exercidas pelas elites políticas confrontam-se com a lógica fragmentada dos *mass media* a qual impede a formação de uma lógica unilateral, unidimensional e propagandística ao serviço de um poder. Apesar das tentativas de explicação unilateral da relação entre os media e a política como o modelo de propaganda de Chomsky, ou a crença nos poderes ocultos da manipulação, os media encontram-se numa posição ambígua e reflectem as profundas contradições no seio do campo: jogos de poder, imperativos concorrenciais cada vez mais agressivos, fragmentação do mercado, imperativos deontológicos, segmentação de audiências, cultura profissional, disputas simbólicas entre fontes dotadas de acesso desigual.

A mediação da actividade política é objecto de uma disputa de legitimidades e de um espaço de tensões que passa pelo interior do campo dos media mas que não pode ser entendido de forma unilateral ou determinista. Nesse sentido, revela-se um ambiente mediático em que a segmentação de elementos contraditórios torna cada vez mais difícil o estabelecimento de mecanismos fiáveis de controlo da comunicação pela política, apesar dos esforços desenvolvidos pelos agentes políticos nesse sentido.

c) Os próprios meios de comunicação tornam-se objecto de exigências de *accountability*. O relato de cada media não é, em si, um espaço de centralização unilateral de informação obtendo uma posição de hegemonia absoluta na construção social de um acontecimento e na construção de *frames* que se imponham como verdades únicas. Pelo contrário: a actualização de cada *medium* por si pode tornar-se ela própria notícia quando não mesmo objecto de apreciação crítica ou de denúncia por parte de outros media.

d) Este conjunto de características a merecer um aprofundamento empírico mais cuidadoso, permite concluir que os media de massa, apesar de apresentarem numerosas desigualdades na estrutura de acesso são essenciais à produção da informação necessária à realização de uma deliberação pública. A comunicação mediática afirmou-se como uma pré-condição essencial para a criação de sentido na esfera pública moderna. Por um lado, são o contributo tecnológico imprescindível para a realização do ideal político democrático nas actuais circunstâncias de comunidades superpovoadas, fragmentadas e complexas. Por outro lado, são um elemento de ordenação cultural que o ideal democrático exige para que o diálogo aberto a todos os componentes da comunidade política se realize e para que a prática democrática não se restrinja à participação de elites minoritárias.

BIBLIOGRAFIA

- Gomes, Wilson (2004), *Transformações da Política na Era da Comunicação de Massa*, São Paulo, Paulus
- Habermas, Jürgen (1996) *Between Facts and Norms: Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*, Cambridge, MIT Press
- Habermas, Jürgen (2003), *Direito e Democracia: entre facticidade e validade*, Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro.
- Low, Eric. (2005), *The Media and Political Process*. London: Sage Publications.
- Luhmann, Niklas (2000), *La realidad de los médios de masas*, Barcelona, Anthropos.
- McNair, Brian (2008), *Cultural Chaos: journalism and power in a globalised word*, London, Routledge.
- Neveu, Erik (2002), «Four Generations of Political Journalism» in Raymond Kuhn e Erik Neveu, *Political Journalism: New Challenges, New Practices*, London, Routledge.
- Santos, Hália Costa, «A Comunicação Política no XVII Governo de Portugal» in Livro de Actas, IV SOPCOM. Texto acessível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/santos-halia-comunicacao-politica-governo-portugal.pdf> . Consultado pela última vez em 7 de Outubro de 2009).