

A cidadania e os *media* em Portugal: Notas sobre um quinquénio de sinais contraditórios

Manuel Pinto

Neste texto, toma-se como campo de focagem e de análise a relação dos cidadãos com os *media* e os sinais de exercício da cidadania no contexto da comunicação mediatizada. As coordenadas de referência são os cinco anos compreendidos entre 2000 e 2004 e o espaço português, tendo igualmente presentes algumas tendências do panorama internacional. Em consonância com a metodologia das restantes abordagens sobre este mesmo quinquénio, adopta-se uma abordagem que parte da apresentação de alguns factos marcantes, passa pela discussão dos aspectos que tais acontecimentos fazem emergir e conclui com a problematização do tema em observação.

Algumas perguntas a que se procura responder e que constituem o foco desta análise são as seguintes: alargando-se, no período em causa, as possibilidades de interacção e de participação abertas pelas inovações tecnológicas, em que medida tais possibilidades se concretizaram e a que níveis? Que mecanismos e processos de acompanhamento crítico dos *media* (*media watchdog*) se desenvolveram, que novidades, avanços e recuos se manifestaram?

A reflexão sobre estas questões não pode prescindir da convocação de alguns aspectos contextuais – políticos, legislativos, culturais, económicos – que se revelem pertinentes para o enquadramento deste estudo, necessariamente sumário.

Sinais: o quadro político e legislativo

As questões da cidadania emergem de um modo expressivo em torno do intenso e dramático debate público que se gerou em torno do serviço público de televisão e rádio, na vigência do XV Governo Constitucional. Assente numa coligação entre sociais-democratas e populares, a equipa liderada por José Manuel Durão Barroso tomou posse nos primeiros dias de Abril de 2002 e afirmou desde o início a sua determinação em reformar o audiovisual e, em particular, o serviço público de televisão.

Sendo deslocado apresentar aqui o vasto programa de alterações, consubstanciado no documento “Novas Opções para o Audiovisual”¹, cabe sublinhar que as propostas aí consignadas surgem num contexto de grave crise financeira e de identidade do operador público de televisão, sedimentada por uma incapacidade de intervenção eficaz por parte dos sucessivos detentores do poder político. A lei de televisão que foi apresentada em 2003², na sequência dos debates havidos, propunha um novo modelo para o segundo canal da RTP que, no essencial, configurava uma estratégia de o entregar paulatinamente à assim chamada “sociedade civil”.

Um grupo de trabalho que havia preparado as opções nesta matéria defendera “um canal de serviço alternativo aberto à sociedade civil e que possa complementar pela diferença os princípios de universalidade, coesão e proximidade”³, mas dentro da órbita do operador concessionário do serviço público. A proposta do Governo recua perante a ideia inicial de alienar o segundo canal, mas retira-o do operador público⁴. Desenha um modelo que, nas palavras do ministro com a tutela deste sector, supõe “uma mudança radical, no panorama audiovisual português”⁵ e um corte com a ideia de que o serviço público só pode ser realizado pelo Estado e, em “janelas” específicas, pelos privados. As parcerias com diferentes instituições da sociedade civil permitiram que novas entidades e novos actores do campo cultural, académico e social passassem a ter espaço e voz na televisão de sinal aberto. Quais as potencialidades e limites de tais parcerias, tendo em conta o projecto de televisão (e de sociedade) desenhado pelo Governo – é o que debateremos mais adiante.

A participação de entidades da sociedade civil no âmbito dos *media* tem antecedentes que remontam praticamente aos inícios do regime democrático instaurado como 25 de Abril. De facto, a Constituição aprovada em 1976, após o período revolucionário, previa a criação de conselhos de informação, o que veio a acontecer através da lei 78/77 de 25 de Outubro. Na revisão constitucional de 1982, foi instituído o Conselho da Comunicação Social, ao qual era cometida, nos termos da lei fundamental, a missão de assegurar a expressão das diferentes correntes de opinião nos meios de comunicação social do Estado ou sob o seu controlo. Essa experiência durou cerca de sete anos: em seu lugar era criada, em 1989, em nova revisão constitucional, a Alta Autoridade para a Comunicação Social.

¹ Cf. “Novas Opções para o Audiovisual”, apresentado em Dezembro de 2002: www.gmcs.pt/Ficheiros/serv_pub/Neo_Op_AV.pdf (consultado em 20 de Julho de 2007). Uma análise mais aprofundada dos debates então travados pode ser consultada num estudo do projecto Mediascópico publicado em 2004 e reeditado com acrescentos em 2005: cf. Pinto, M. (org. (2004) *Televisão e Cidadania: Contributo para o Debate sobre o Serviço Público*). Braga: CECS. Edição ampliada: Campo das Letras, 2005.

² Cf. <http://www.gmcs.pt/verfs.php?fscod=619&lang=pt> (consultado em 20 de Julho de 2007)

³ Cf. “Relatório do Grupo de Trabalho sobre o Serviço Público de Televisão”, Setembro de 2002, p.6: www.mp.gov.pt/mp/pt/GabImprensa/Docs/GC15/20021024Relatorio.htm (acedido em 5 de Janeiro de 2005)

⁴ Cf. “Novas Opções para o Audiovisual”, Cap. II, ponto 2.

⁵ Discurso do ministro Morais Sarmento na “Apresentação da nova vocação e da nova imagem do Segundo Canal de Serviço Público de Televisão”

Em 1992 foi também instituído junto da televisão e rádio públicas um Conselho de Opinião (cf. Lei n.º 21/92, art. 8.º). Além de representantes eleitos pela Assembleia da República e pelo Governo, pelas regiões autónomas e pelos trabalhadores da empresa, constituem-no representantes de um vasto conjunto de instituições sociais e culturais da sociedade civil. A este Conselho cabia um pronunciamento sobre matérias relevantes da vida do operador público (contrato de concessão, bases gerais da programação, etc.), mas uma capacidade diminuta de intervenção no respeitante ao acompanhamento sistemático da actividade por ele desenvolvida. Foi só em 1998, durante o Governo presidido por António Guterres, que foi atribuída a este órgão a competência de “emitir parecer prévio vinculativo, no prazo máximo de dez dias, sobre a composição do órgão de administração da empresa concessionária, a eleger ou a destituir na respectiva assembleia-geral”⁶. No caso da rádio de serviço público, a lei n.º 4/2001, de 23 de Fevereiro, atribuía a um órgão semelhante e com uma constituição idêntica ao da RTP, o poder de “propor ao accionista Estado os nomes do vice-presidente e de um ou dois vogais do Conselho de Administração da concessionária, consoante esta tenha três ou cinco membros”.

Foi precisamente em torno deste ponto que se levantou um dos primeiros grandes conflitos, em resultado da acção do XV Governo Constitucional, uma vez que, consultado para emitir parecer acerca do novo Conselho de Administração da RTP, o Conselho de Opinião decidiu, no uso das suas competências, pronunciar-se desfavoravelmente. Interpretando essa decisão como um boicote aos propósitos da nova maioria de reformar o serviço público e de sanear a empresa, o Governo decidiu manter a sua proposta de pé, optando, para a viabilizar, por mudar a lei e retirar ao Conselho de Opinião a competência referida⁷.

De resto, foi na sequência da declaração de inconstitucionalidade dessa norma que, por proposta do Governo presidido por José Manuel Durão Barroso, a Assembleia da República aprovou uma modificação da lei de televisão, no sentido de manter o Conselho de Opinião com poderes reduzidos e já não ao nível do operador televisivo, mas ao nível da empresa. Ora, como a empresa passou a tutelar quer o serviço público de televisão quer o de radiodifusão, o novo

⁶ Comentando este ponto, um parecer do Tribunal Constitucional sublinhava, em 2003: “(...) Só então foi instituído um mecanismo que de algum modo visa contribuir para a independência da actuação dos órgãos da sociedade concessionária do serviço público relativamente ao accionista Estado”, precisamente o mecanismo do referido parecer prévio vinculativo. O qual, ainda de acordo com o mesmo documento, “parece constituir actualmente, no plano da estrutura da empresa, a principal ou, até, a única expressão normativa ordinária densificadora daquela garantia institucional”. Um sinal de que se tratava de matéria politicamente sensível reside no facto de, sob o Governo socialista, em 11 de Fevereiro de 1996, o PSD ter entregue na Assembleia da República um projecto de lei cujo objectivo era “alterar a forma de escolha do Conselho de Administração da RTP, assegurando que a maioria dos seus membros seja eleita pelo CO”. O documento seguiu para apreciação pela Comissão dos Assuntos Constitucionais, Direitos, Liberdades e Garantias, mas não teve seguimento.

⁷ A alteração da lei da televisão, no artigo respeitante às competências do Conselho de Opinião foi aprovada a 23 de Maio de 2002. O presidente da República decidiu, por sua vez, suscitar a constitucionalidade da iniciativa, tendo o Tribunal Constitucional dado razão às dúvidas do presidente.

Conselho de Opinião passou a ser comum para os dois âmbitos. Em parecer emitido sobre este assunto, nas vésperas da votação da lei na AR, a Alta Autoridade para a Comunicação Social (AACS) lembrava que “um conselho de opinião eficaz incide sobre actividades, sobre serviços, não junto de empresas”, para observar que “na configuração que as propostas lhe destinam, o conselho deixa de ter um protagonismo realmente enriquecedor na filosofia de uma intervenção representativa e sindicante”.

O problema da regulação das comunicações e dos *media* foi emergindo como uma questão chave do quinquénio 2000-2004. Foram dois os factores que contribuíram para tal proeminência, um de natureza tecnológica e outro de natureza política. No plano tecnológico, o aspecto mais marcante terá sido a evolução, especialmente notória na segunda metade dos anos 90, no sentido da convergência entre os universos dos *media* e das telecomunicações (no relativo quer a infra-estruturas quer a operadores), trazendo para a agenda a eventual pertinência de fundir, ou pelo menos, articular melhor a acção das várias instâncias reguladoras (AACS, Autoridade Nacional das Comunicações, Instituto da Comunicação Social, Autoridade da Concorrência, Instituto do Consumidor). No plano político, será de destacar a controvérsia em torno do papel, independência e eficácia da Alta Autoridade⁸, mais ou menos latente nos últimos anos, mas que concitou fortíssima atenção, quer aquando dos debates que conduziram à revisão constitucional de 2004, quer, sobretudo, em torno daquilo que ficou conhecido como o “caso Marcelo Rebelo de Sousa”, no princípio de Outubro do mesmo ano⁹.

Ao encerrar o ano de 2004 (e o quinquénio aqui em referência), mantinha-se em funções a Alta Autoridade, sem que estivesse desenhado o figurino da entidade que lhe deveria suceder. Certo era apenas o facto de os dois maiores partidos com assento parlamentar se terem vinculado a um acordo, de teor não revelado publicamente, segundo o qual a entidade a criar deveria contar com o apoio de maioria qualificada na Assembleia da República.

O quinquénio 2000-2004 foi marcado, da parte da sociedade civil, por sinais de natureza diversa, de que se destaca o surgimento de um novo vigor em torno

⁸ A composição da AACS havia sido alterada com a lei de 1998, reduzindo, nomeadamente, o peso dos membros indicados designados pelo Governo. A AACS passou a ser constituída pelo presidente, um magistrado designado pelo Conselho Superior da Magistratura, cinco membros eleitos pela Assembleia da República, um pelo Governo, quatro representativos da opinião pública, da comunicação social e da cultura (dos quais, três designados pelo Conselho Nacional do Consumo, pela Comissão da Carteira Profissional dos Jornalistas e pelas organizações patronais dos órgãos de comunicação, e o quarto pela Alta Autoridade entre figuras do meio cultural e científico).

⁹ Uma assim chamada Iniciativa Convergência e Regulação, que visou a “salvaguarda de princípios de interesse público, como a garantia do acesso universal, a promoção da diversidade e do pluralismo, o reforço da cidadania e a protecção dos interesses dos consumidores”, foi lançada em 2002. Com o objectivo de estudar o assunto, lançar um debate público e propor medidas de política nesta matéria, foi constituído um grupo de trabalho nomeado pelos presidentes da ANACOM e do ICS e paritariamente constituído por personalidades dos sectores da comunicação social e das comunicações, que apresentou em 31 de Maio de 2002 o resultado final dos trabalhos desenvolvidos. Cf. www.gmcs.pt/index.php?op=cont&clang=pt&Pid=78&area=333

da discussão pública do jornalismo e a emergência da blogosfera, em particular dos weblogues relacionados com o campo da educação e dos *media*.

Começemos por um projecto que, aparentemente, morreu ao nascer e que poderia ter tido alguma relevância, do ponto de vista da cidadania e da relação do jornalismo com a sociedade. Em Maio de 2002, a Associação Portuguesa de Imprensa (AIND) lançava, a Plataforma Comum da Ética dos Conteúdos Informativos, em conjunto com o Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas (que assumia a coordenação científica do projecto) e a Confederação de Meios de Comunicação Social (encarregada da sensibilização junto das empresas). Assentava basicamente numa Comissão para a Ética nos Meios de Comunicação Social ETICOM), “órgão com funções reguladoras, auto-reguladoras e disciplinares» que se propunha acompanhar as práticas dos *media* e as suas eventuais falhas éticas, e num Provedor da Comunicação, “órgão independente que tem por função principal a defesa e promoção dos direitos, liberdades, garantias e interesses legítimos dos cidadãos face aos meios de comunicação”¹⁰. A composição da ETICOM compreendia um magistrado-presidente indicado pelo Conselho Superior da Magistratura, quatro representantes das empresas de comunicação social, quatro jornalistas e quatro representantes do consumidor, um membro do CENJOR, Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas, dois docentes universitários e uma personalidade de reconhecido mérito no sector da comunicação. Tanto quanto é do domínio público, este processo não terá encontrado eco junto das entidades (empresariais e profissionais) que seriam decisivas para viabilizar a iniciativa.

Relativamente ao jornalismo e aos *media*, deve referir-se como relevante a emergência de um significativo número de investigações académicas, designadamente as que resultaram de dissertações de mestrado e doutoramento – e que foram, entretanto, em boa parte dos casos, objecto de publicação¹¹. Algumas colecções editoriais surgidas ainda nos anos 90 alcançaram ‘velocidade de cruzeiro’, enquanto outras surgiram de novo. Merece igualmente referência acção do Clube de Jornalistas, em particular nos três patamares seguintes:

- Lançamento da revista *Jornalismo e Jornalistas*, com um conselho editorial que reúne profissionais e académicos e com a preocupação de “situar-se, tal como se afirma no Estatuto Editorial, entre o tratamento próprio da imprensa diária ou semanal, e o aprofundamento teórico característico das publicações académicas”¹² (foram publicados, no quinquénio, mais de duas dezenas de

¹⁰ Cf. o texto de apresentação que esteve disponível *on-line*, desapareceu quando a AIND deu lugar à Associação Portuguesa de Imprensa e o *site* foi remodelado).

¹¹ A título de exemplo: Torres Silva (2005); Pinto (2003).

¹² O Clube afirma o seguinte, sobre a actividade desta revista: “Não será exagero dizer que a leitura e a consulta da JJ se tornam absolutamente indispensáveis para quem queira conhecer e reflectir sobre os principais

números). Tem a limitação de ser distribuída apenas a jornalistas e por assinatura, o que reduz o seu raio de acção.

- Arranque do programa semanal “Clube de Jornalistas”, no novo canal A Dois, em 11 de Janeiro de 2004, o qual tem permitido debater, em canal aberto, temas quentes da actualidade jornalística, bem como a cobertura de grandes acontecimentos feita pela comunicação social. Com perto de meia centena de programas emitidos, o balanço parece ser claramente positivo¹³.

- Finalmente, o Clube abriu, em 28 de Outubro de 2004, no âmbito da celebração do seu 20.º aniversário, um portal que se tornou, em escassos meses, um espaço de referência na informação, documentação e debate sobre jornalismo na Internet, em Portugal.

No período aqui considerado, consolidou-se a experiência lançada sobretudo pela imprensa no quinquénio anterior, de acompanhar de forma sistemática o campo dos *media* e do jornalismo, através de espaços regulares e, em alguns casos, de editoriais próprias. Trata-se, certamente, de uma informação jornalística com características muito particulares, que, apostando sobretudo, na programação televisiva, nas ‘celebridades, e nos negócios, deixa na sombra zonas significativas do campo que cobre. Mas o que não diz não retira importância – apenas relativiza – aquilo que diz e não deixa de ser fundamental, sobretudo quando se torna possível cruzar as matérias publicadas pelos vários *media*¹⁴. Por alguma razão Claude-Jean Bertrand inclui este tipo de iniciativas entre as formas de *accountability* mediática.

Na mesma linha, é de referir também o vigor alcançado por algumas revistas científicas que se debruçam sobre o campo do jornalismo e da comunicação. Neste período vemos nascer revistas como *Media e Jornalismo*, do Centro de Investigação sobre Media e Jornalismo, *Comunicação e Sociedade*, do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, *Observatório*, do OBERCOM, além da já referida *Jornalismo e Jornalistas*. Mas vimos igualmente revistas de actualidades mediáticas já existentes darem um significativo salto qualitativo, como foi o caso da revista *Meios* (AIND) e da *Media XXI*.

acontecimentos, os grandes temas e também os novos desafios que, desde o ano 2000, têm atravessado o mundo do jornalismo e dos jornalistas portugueses”.

Cf. <http://www.clubedejornalistas.pt/DesktopDefault.aspx?tabid=147> (consultado em 6 de Fevereiro de 2005)

¹³ O programa resulta de uma pareceria entre o Clube e o canal 2. No primeiro ano de existência, tinha contado com cerca de 130 convidados, entre jornalistas e profissionais de outras áreas de actividade (políticos, advogados, juizes, historiadores, sociólogos, empresários, etc.). O seu formato de base é um painel de convidados a debater sobre um tema lançado por um moderador e complementado com a emissão de depoimentos pré-gravados. A partir de Outubro de 2004, foi introduzido um novo formato: mensalmente, era feita uma entrevista a uma personalidade com intervenção relevante na comunicação social. Informações complementares em: www.clubedejornalistas.pt/DesktopDefault.aspx?tabid=157

¹⁴ Esta é precisamente uma das tarefas que se atribuiu o projecto Mediáscópio, outra das iniciativas lançadas neste período, de que este volume constitui um dos resultados.

Uma das grandes novidades, já atrás referida e que não poderia deixar de ser assinalada, pelo dinamismo com proliferou, em particular desde 2001, mas com particular pujança a partir de 2003, foram os blogues e a esfera de produção e de redes sociais que em seu redor se criou – a “blogosfera”. Tratando-se do aproveitamento de uma ferramenta editorial de fácil criação e de acesso barato, converteu-se em pouco tempo num verdadeiro fenómeno cultural e sociológico, com contornos e alcance que vão muito para além dos aspectos comunicacionais.

É evidente que a visibilidade pública da blogosfera é em parte tributária da entrada em cena de nomes relevantes das órbitas política e mediática, em especial de Pacheco Pereira¹⁵. Ao lado deste político e intelectual, outros nomes como Francisco José Viegas ou Vital Moreira, por exemplo, contribuíram para aquilo que poderia ser designado como a “legitimação cultural” do fenómeno dos blogues, desde cedo objecto de outros motivos de discussão pública¹⁶ (cf. Santos, 2004)

O que aqui nos interessa sublinhar, porém, é que a blogosfera foi-se constituindo paulatinamente como uma nova instância de escrutínio público dos *media*. Desde logo através dos blogues assumidamente intervenientes nesse campo específico¹⁷, mas igualmente através de blogues sobre diferentes áreas da vida pública.

Observando que “uma revolução está em curso, principalmente no âmbito do sistema comunicacional, e, a partir daí, afectando os sistemas que lhe são próximos”, Pacheco Pereira escrevia, em Setembro de 2004, que “nenhuma análise hoje do estado da comunicação social em qualquer país onde existe um sistema mediático – jornais, rádios, televisões – pode ser feita sem incluir os blogues”¹⁸.

Nem todos os observadores do fenómeno se deixam entusiasmar pela ideia de uma democratização da esfera pública, ou, pelo menos, de um alargamento significativo dos actores que nele intervêm. O argumento tem sido enunciado para enaltecer as vantagens cívico-políticas da blogosfera. António Guerreiro procura desconstruí-lo: “O facto curioso, em Portugal, é que o interesse pelos *blogs* não foi suscitado, em primeiro lugar, por terem acedido à livre publicação indivíduos e grupos que dela estavam excluídos, mas por terem entrado na ‘blogosfera’ (numa posição de domínio, pois aqui também se criaram hie-

¹⁵ Pacheco Pereira arranca com o blogue Abrupto (<http://abrupto.blogspot.com>) em 6 de Maio de 2003, introduzindo logo, num dos primeiros apontamentos, aquela que seria uma das marcas deste espaço: o acompanhamento crítico da acção dos *media* (neste caso, a introdução de música e imagens de fundo num telejornal, para dramatizar a leitura de poemas contra a guerra no Iraque).

¹⁶ Como ocorreu com os casos de “O Meu Pipi” e “Muito Mentiroso”.

¹⁷ Nomeadamente o veterano Ponto Media, iniciado em 2 de Janeiro de 2001, o Jornalismo Digital, o Jornalismo e Comunicação (em 11.4.2002) e, sucessivamente, o JornalismoPortoNet, o Contrafactos e Argumentos, o Blogouve-se, o Indústrias Culturais, o Atrium, o Irreal_TV, entre vários outros, alguns dos quais entretanto suspensos.

¹⁸ Pereira, Pacheco (2004) “Media-esfera, Blogosfera e Atmosfera”, *Público*, 16 de Setembro.

rarquias) nomes que, regularmente ou de maneira esporádica, escrevem nos jornais ou são convidados pelas televisões”¹⁹. E o autor procura fazer valer a ideia de que, para essas figuras públicas, os blogues são a continuação ou a antecâmara da intervenção nos grandes *media*. Provavelmente em alguns casos assim é. Mas a emergência de blogues não ligados a figuras mediáticas, que se foram configurando como sítios de referência e revelando novos nomes no plano da intervenção, do comentário, da ciência e da criação literária mostra que a leitura de António Guerreiro pode estar excessivamente vinculada a casos específicos e não dá conta da diversidade e complexidade do fenómeno. De entre os aspectos relevantes para o debate em torno do campo dos *media* e do jornalismo postos em realce pela blogosfera são de destacar:

- a maior circulação de informação sobre o campo, com recurso a fontes nacionais e estrangeiras, e em círculos que se estendem tipicamente para lá dos âmbitos mais directamente envolvidos e interessados – profissionais, académicos, decisores, etc;
- um debate mais regular e intenso sobre os acontecimentos da esfera mediática e sobre os comportamentos dos diferentes actores desse terreno;
- uma maior visibilidade dos bastidores dos *media* e do jornalismo, designadamente através dos blogues de profissionais desses sectores²⁰;
- em suma, o reforço de um clima de debate, de aprofundamento e de escrutínio como provavelmente nunca houve no país, sobretudo se combinado com as modalidades a que atrás se fez referência.

Como é evidente, o exercício da cidadania face aos *media* e nos *media* não se circunscreve aos aspectos até agora referidos. Um domínio que tem tido, em Portugal, expressão reduzida, mas que noutros países é considerado estratégico é a chamada “educação para os *media*”, traduzida em processos, projectos e programas de formação de utilizadores críticos, exigentes e participativos relativamente ao campo mediático.

Nesta matéria, no período 2000-2004, registaram-se sinais contraditórios. Por um lado, uma das associações de telespectadores, a APET, que, em Janeiro de 2001 se transformou na ACMedia – Associação Portuguesa de Consumidores dos Media, decidiu apostar na Educação para os *Media* como um dos pilares da respectiva actividade de intervenção e desenvolver a sua presença na Internet²¹. Na mesma linha foi lançado na Universidade do Minho um curso de especialização e de mestrado em Comunicação, Cidadania e Educação

¹⁹ Guerreiro, António (2003), “A Reportagem Universal”, *Expresso* (Caderno “Actual”), 4 de Outubro.

²⁰ “Os blogues de jornalistas são um elemento muito positivo para uma maior transparência. Eles retratam de uma forma mais límpida o pensamento que está por detrás das notícias, assim como o movimento subjectivo de amizades e inimizades, de gostos e ódios, que tão importante é no modo como se escreve uma notícia. Saber tudo o que se possa saber sobre as opiniões, políticas e outras, das pessoas que interferem na esfera pública, é muito vantajoso” (Pacheco Pereira, *Abrupto*, 10 de Outubro).

²¹ Cf. www.acmedia.pt

que registou, nos cinco anos em apreciação, duas edições. Por outro lado, prosseguiu o projecto que o Público, desde que existe, desenvolveu com as instituições de ensino não superior, o Público na Escola, que se destaca, nomeadamente pelo seu concurso nacional de jornais escolares, impressos e digitais, que se efectua anualmente. O contratempo registado neste campo adveio com a extinção, em 2002, do Instituto de Inovação Educacional, que vinha a desenvolver, até então, um trabalho assinalável de educação para os *media*, no plano do incentivo aos projectos das escolas, na organização da Semana dos *Media* na Escola, na formação de professores e na edição e publicação de literatura especializada.

Outro campo interessante do exercício da cidadania face aos *media* relaciona-se com a figura dos provedores. Neste âmbito, regista-se a continuidade da função nos dois jornais da Lusomundo, o *Diário de Notícias* e o *Jornal de Notícias*, mas, já no caso do *Público*, o cargo sofreu, no período aqui em análise, interrupções que se prolongaram para além do que seria normal esperar. Registe-se, enfim, a criação da função de provedor do leitor num jornal *on-line*. O caso envolve o *Setúbal na Rede*, e concretizou-se em 2004. Os sinais que em torno desta vertente têm vindo a público apontam para um défice significativo de participação dos cidadãos²², como voltou a ser sublinhado aquando do lançamento do livro que reúne as crónicas de Joaquim Fidalgo, quando era provedor do leitor do *Público*²³. De referir que, ao longo do quinquénio em análise, voltou a ser defendido, em múltiplas ocasiões, a necessidade e urgência de a figura do provedor ser alargada à rádio e televisão públicas.

Esta capacidade de ouvir os cidadãos, de escutar as suas queixas, não apenas relativamente aos conteúdos e modos de agir dos *media* estende-se para lá do âmbito de actuação dos provedores. As cartas dos leitores nos jornais constituem uma forma antiga, ainda que incipiente, de interacção (e este tema foi, pela primeira vez, tanto quanto sabemos, objecto de uma investigação, no âmbito do mestrado da Dra Marisa Torres da Silva). Essa modalidade foi-se alargando aos *sites* dos *media* jornalísticos, a partir da segunda metade dos anos 80 permitindo ampliar o número e a diversidade de opiniões dos cidadãos. Mas também não se deve esquecer uma prática, neste caso radiofónica, que se consolidou nos primeiros anos desta década aqui considerada: os fóruns radiofónicos. No caso do da TSF, já houve quem lhe chamasse “o parlamento do povo”²⁴.

²² Sobre este problema, escreveu Rogério Santos, no *Indústrias Culturais*: “O que a análise das três colunas [dos provedores] me traz é que não há cartas suficientes para que os provedores escrevam sobre elas. Quanto eu sei, há leitores que escrevem cartas a destacarem que este ou aquele brinde não tem qualidade, mas existem poucos textos de leitor sobre o conteúdo das notícias. Isso significa pouca participação cívica de nós leitores. Podia dizer-se que os jornais têm melhores provedores de leitores do que leitores, o que é laudativo para os jornais e extremamente crítico para nós leitores.” (www.industriasculturais.blogspot.com, 14 de Julho de 2004)

²³ Fidalgo, Joaquim (2004) *Em Nome do leitor*. Coimbra: Minerva

²⁴ A TSF, de resto, teve três fóruns em funcionamento: “Bancada Central”, animada por Fernando Correia, com mais de dez anos de vida; “Fórum TSF”, animado por Manuel Acácio, e Fórum Mulher, por Ana Bravo.

Algumas notas de comentário

1. No período em observação, recorta-se um clima de conflituosidade e de polémica em torno da questão do exercício da cidadania face aos *media*. O que se passou em torno do Conselho de Opinião da RTP é, em si mesmo, um facto menor, sobretudo porque aquele Conselho teve quase sempre uma actuação apagada. Foi significativo apenas porque demonstrou que, quando tomou uma posição que desagradou ao poder do momento, a reacção foi mudar a lei para alterar as competências do órgão. Torna notório que, independentemente da natureza dos Governos e até do disposto na lei, a participação activa dos representantes da sociedade civil no serviço público de rádio e TV não tem sido objecto de uma clara aposta política. O episódio da revisão da lei da televisão para contornar um parecer negativo do Conselho de Opinião parece ser mais um momento de luta política do que uma inflexão numa tendência mais de fundo e de natureza ambivalente: renitência do poder político e pouca mobilização dos cidadãos nesta matéria.

2. Já mais interessante, do ponto de vista teórico, é o discurso enunciado pelo XV Governo, em torno do destino a dar ao segundo canal de serviço público entre 2002 e 2003. Sem pôr em causa as potencialidades do desenvolvimento de parcerias com vista a ampliar o leque de organizações da sociedade civil intervenientes na programação, não se pode deixar de sublinhar o contraste entre essa opção e o discurso em torno do papel da sociedade civil na televisão. Longe, dos estudos que têm precisamente elaborado em torno de formas alternativas de exercício do serviço público, a retórica governamental de devolução do poder comunicacional aos cidadãos, de apelo a uma comunicação partilhada e a um serviço público não para os cidadãos mas por eles apropriado e gerido, surge tão em contradição com a lógica política dominante que, só por si, mereceria um estudo de caso²⁵.

3. Ao longo dos cinco anos em estudo, ganha gradual mas consistente força uma linha de inovações e de experiências convergente no sentido de possibilitar aos cidadãos uma participação mais efectiva no terreno dos *media*. Detectamos isso a partir da emergência da blogosfera e das vivas discussões a que deu azo, como vimos; mas detectamos igualmente um movimento de preocupações a partir do próprio campo jornalístico. A tendência para desenvolver processos

No caso da RDP- Antena 1, existe a "Antena Aberta", conduzida por Eduarda Maio, e, na Rádio Renascença, o fórum de Dina Isabel. (Cardoso, 2005).

²⁵ Numa comunicação que com Helena Sousa apresentámos na conferência anual da International Association of Media and Communication Research, em 2004, em Porto Alegre (Brasil), tivemos ocasião de analisar este processo. Aí reconhecíamos que o canal 2: passou a conceder espaço a novos actores e a novas vozes e passou a atribuir uma maior atenção à informação e à programação para os mais jovens. No entanto, o discurso governamental em torno da sociedade civil ("uma televisão dos cidadãos e feita pelos cidadãos") não seria mais do que operação de retórica, estando, em todo o caso, muito distante de um modelo participativo consistente (cf Sousa e Pinto, 2004).

de escrutínio público do jornalismo e dos *media* foi-se impondo²⁶. Ao mesmo tempo, podemos constatar uma apetência cada vez mais saliente para a questionação das bases e da natureza do jornalismo profissional, em particular através da corrente do ambigualmente designado “jornalismo participativo” ou “dos cidadãos”. Foi, deste ponto de vista, particularmente eloquente o modo como, desde 2003, o jornalista e *blogger* norte-americano Dan Gillmor escreveu o seu livro *We the Media*²⁷, em interacção com os seus leitores, desde a fase da concepção até à fase da escrita e das conclusões finais e, sobretudo, a opção por ele tomada, no fim deste processo, de deixar o jornal a que desde há longos anos se encontrava ligado, para encetar um projecto que ponha em prática aquilo que tem vindo a defender. Do mesmo modo, experiências já em velocidade de cruzeiro como OhMyNews²⁸, na Coreia do Norte, em que “cada cidadão é um repórter”, pelo menos potencial, constituem sintoma de algo de novo que se está a passar.

4. Pela via da blogosfera, pela via das experiências do jornalismo participativo – e poderíamos acrescentar, por outras vias, como o alargamento da banda larga ou a expansão da imprensa gratuita generalista e especializada –, foi-se assistindo, e de algum modo participando, a um movimento que coloca o jornalismo em estado de crise. Os factores implicados nesse processo de questionamento são mais amplos e mais complexos, visto que o jornalismo é inseparável dos processos sociais e culturais de que é agente e expressão. Mas é também uma crise que, com justificadas razões, se pode considerar também de renovação, uma vez que não põe de parte a centralidade do jornalista profissional, mas torna o jornalismo um concerto mais polifacetado, com mais vozes, mais participação (e também mais risco de caos ou cacofonia). E, nesta linha, é de sublinhar igualmente a mais-valia que pode revestir o facto de vários jornalistas terem passado a utilizar as novas ferramentas da *web*, em particular os blogues. É que o desvendamento dos bastidores das notícias, ou, pelo menos, dos seus autores, não é aspecto de somenos, como observou Pacheco Pereira, atrás citado, na compreensão do modo de operar do jornalismo e na transparência dos processos e contextos de produção noticiosa.

5. Vale a pena anotar, neste contexto, que os blogues e a intensa produção de conteúdos a que deram lugar pode tornar-se fonte de grandes equívocos. O primeiro é confundir, como já ocorre em muitos discursos, uma possibilidade aberta pelas tecnologias de comunicação medida por computador com a práticas sociais efectivas. O segundo é tomar a parte pelo todo ou a minoria pela maioria: considerar que o uso intenso que se faz daquelas ferramentas em certos grupos ou redes é extrapolável para a população ou para grande parte

²⁶ Nesta linha, ficou célebre o texto de Pacheco Pereira *O Lugar da Menor Transparência* que veio a lume no *Público* de 27 de Fevereiro de 2003.

²⁷ Entretanto já traduzido para português pela Ed. Presença sob o título *Nós os Media* (Lisboa, 2005).

²⁸ Cf. para a versão internacional <http://english.ohmynews.com/>

dela. Finalmente, esquece-se por vezes que, ainda que revistam um significado cultural merecedor de atenção, os fenómenos tecnológicos e sociais emergentes configuram realidades muito diversas e até contraditórias, sendo que muito do que entretanto se passou a designar por “conteúdos criados pelos utilizadores” está longe de poder ser catalogado na categoria da criação cultural ou da simples manifestação de cidadania.

Nota conclusiva

Um olhar de balanço sobre os sinais referenciados neste texto permitem concluir ser débil a cidadania, em Portugal, no que aos *media* diz respeito. Há pequenos sintomas de que o problema existe para algumas pessoas ou grupos, mas não se converteu ainda num movimento visível e consistente e está longe de ser uma questão relevante da agenda pública.

Deste ponto de vista, tendo em conta o que foi ocorrendo no período analisado, há passos que podem ser desenvolvidos a partir de diferentes origens. Os próprios *media* – por convicção ou interesse – poderão sentir-se motivados a abrir novas formas de interacção com aqueles que os lêem, ouvem e vêem. Os provedores são uma instituição e instância interessante nesse plano, mas o desafio que os *media* profissionais têm pela frente é mais vasto, como bem viu Alberto Dines, um jornalista brasileiro, conhecedor da nossa realidade²⁹. As instâncias legislativas e reguladoras poderão, pela via normativa ou pelo modo de actuar, promover ou, pelo contrário, limitar a participação dos cidadãos e o exercício dos seus direitos e responsabilidades face aos *media*. Finalmente, uma palavra decisiva cabe aos próprios cidadãos e às suas organizações: depende deles, em boa medida, a conquista de um espaço e de uma voz, através da proposta e da sugestão, da crítica e do protesto, mas também da produção própria.

Referências

Cardoso, S. (2005) “Fóruns da rádio dão voz aos seus ouvintes”. *Público*, 6.3.2005.

Dines, A. (2005). Entrevista à revista *Media XXI*, n.º 79, Jan-Fev.2005.

“Novas Opções para o Audiovisual”, apresentado em Dezembro de 2002: www.gmcs.pt/Ficheiros/serv_pub/Neo_Op_AV.pdf (consultado em 20 de Julho de 2007).

Pinto, M. (org.) (2003) *Televisão e Cidadania – Contributos para o Debate sobre o Serviço Público*. Braga: Universidade do Minho (2.ª edição aumentada: Porto: Campo das Letras, 2005).

²⁹ “Em Portugal, falta mais debate público. Os jornais acham que, tendo os seus provedores, já resolveram o assunto, mas isso não é suficiente. Na minha opinião tem que se dar voz ao outro lado: ao leitor, ao espectador, ao ouvinte, ao estudioso. É isso que falta em Portugal (...) Acho que o debate dos *media* é crucial, hoje em dia, no mundo, na era da informação” (Dines, 2005).

- Relatório do Grupo de Trabalho sobre o Serviço Público de Televisão”, Setembro de 2002 www.mp.gov.pt/mp/pt/GabImprensa/Docs/GC15/20021024Relatorio.htm (consultado em 5 de Janeiro de 2005).
- Santos, L. A. (2004) “A ‘explosão’ dos weblogs em Portugal: percepções sobre os efeitos no jornalismo”, *Actas do II Congresso Ibérico de Comunicação*, Universidade da Beira Interior, Covilhã, 21-24 Abril.
- Santos, L. A.; Pinto, M. (2004) *Weblogs and Journalism: an uneasy relation (the Portuguese case)*. Paper delivered to the Participatory Communication Research Section of the International Association for Media Communication Research (IAMCR) Conference, Porto Alegre (Brasil), 25-30 July 2004. <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/1004>
- Silva, Torres da (2005) *A voz dos leitores na imprensa: Um estudo de caso sobre as «Cartas ao Director» no jornal Público*. Dissertação de Mestrado apresentada na Universidade Nova de Lisboa.
- Sousa, H.; Pinto, M. (2004) *The economics of public service television and the citizenship rhetoric*. Comunicação apresentada na Secção de Economia Política da Conferência Científica da International Association for Media Communication Research (IAMCR), Porto Alegre, 25-30 de Julho de 2004. <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/1003>