

## Media, públicos e cidadania: Algumas notas breves

*The media, publics and citizenship: some brief notes*

*Media, publics et citoyenneté : quelques notes brèves*

José Manuel Mendes

---



### Edição electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/rccs/1054>

DOI: 10.4000/rccs.1054

ISSN: 2182-7435

### Editora

Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra

### Edição impressa

Data de publicação: 1 Dezembro 2004

Paginação: 147-158

ISSN: 0254-1106

### Referência eletrónica

José Manuel Mendes, « *Media, públicos e cidadania: Algumas notas breves* », *Revista Crítica de Ciências Sociais* [Online], 70 | 2004, colocado online no dia 01 outubro 2012, criado a 03 maio 2019.

URL : <http://journals.openedition.org/rccs/1054> ; DOI : 10.4000/rccs.1054

---



JOSÉ MANUEL DE OLIVEIRA MENDES

## **Media, públicos e cidadania: Algumas notas breves\***

O texto procura problematizar a relação complexa e ambígua entre os meios de comunicação social e os processos de produção de cidadania. Em alternativa à noção de esfera pública, propõe-se a de públicos, mediáticos e políticos, que permite restituir a teia densa de factores que condicionam a recepção dos conteúdos mediáticos. Por outro lado, é dada especial atenção à função ideológica dos *media* e, a partir da análise de dois casos concretos, procura-se indagar da possibilidade e das condicionantes da apresentação de gramáticas alternativas que potenciem a construção de um mundo comum que não consensual.

Nestas notas, apresento uma breve reflexão sobre a relação entre os *media*, entendidos como meios de comunicação de massa, e a construção dos públicos, tomando estes como alicerçados em identidades e processos de identificação activados em contextos concretos e bem definidos. Esta relação, complexa e marcada por dinâmicas de poder, permite definir espaços e processos de cidadania, de visibilidade e de invisibilidade de causas, projectos e trajectórias. A pergunta central que serve de ponto de partida para esta reflexão é a seguinte: que contribuição dão os *media*, na sua lógica de funcionamento autónomo, à reflexão sobre a cidadania? Quem e o quê incluem e excluem?

A partir da polissemia da noção de espaço público, abordo o espectro de posições teóricas sobre o papel dos *media* na produção de cidadania. Estaremos a exigir demasiado aos *media*? Eles marcam mesmo a agenda do que é relevante no contexto nacional e internacional? Como primeira constatação, podemos verificar com Laurent Thévenot (1999: 77), a partir de uma análise comparativa realizada por este autor sobre a construção do espaço europeu, que não existe um vocabulário cívico consistente e susten-

---

\* Uma primeira versão deste texto foi apresentada no painel *Comunicação Social, Espaço Público e Cidadania* do VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais, que decorreu em Coimbra entre 16 a 18 de Setembro de 2004.

tado que possa ser utilizado como recurso discursivo para contrapor à hegemonia actual da linguagem mercantil. Sem esse vocabulário, não podemos pensar formas alternativas de acção e de intervenção cívicas.

Comungando da opinião de que as razões de felicidade de uma crítica, e aqui na perspectiva de uma sociologia da crítica mais do que de uma sociologia crítica, assentam na clara apresentação dos princípios em que a mesma assenta, começo por explicitar o que entendo por cidadania. Neste texto uso um conceito de cidadania que pretende pensar para além das definições legais ou políticas. Baseando-me em Étienne Balibar (2001), recorro aos conceitos de comunidade de destino e de cidadania imperfeita. A comunidade de destino implica a prevalência de situações de incerteza e da conflitualidade, que não a violência, das condições do político (2001: 209). Esta comunidade de destino, na sua componente territorial, pode ir do prédio, rua ou bairro até ao globo como um todo. Como consequência, a cidadania é uma noção complexa, que se define e constrói sempre a vários níveis, em quadros múltiplos e articulados de forma diversa. A cidadania imperfeita é constituída, assim, por práticas e processos e não é tanto uma forma estável ou pré-definida.

A síntese dos conceitos de comunidade de destino e cidadania imperfeita permite-nos pensar a esfera pública como atravessada pelo peso e pelas contradições das subjectividades individuais e colectivas. Citando Balibar, “a *esfera pública*, na realidade, mais não é do que uma representação objectivada e universalizada, um controlo colectivo, um campo de comunicação das ‘paixões e dos interesses’ da sociedade” (2001: 212).

Esta reflexão de Balibar, e a atenção que é dada às questões identitárias, deriva da sua proposta teórica sobre a noção de político. Para este autor, três conceitos definem eticamente o fenómeno político: a emancipação, a transformação e a civilidade (Balibar, 1997). À figura ética da emancipação corresponde a autonomia do político. A possibilidade de pensar a transformação deriva das condições estruturais e conjunturais do político e reporta-se à heteronomia do político. À civilidade corresponde a heteronomia da heteronomia, ou seja, as contradições e as ambiguidades das identidades, das pertenças e das rupturas.

A partir desta noção dúctil de cidadania ancorada em processos políticos contraditórios e complexos, em que o desafio das identidades e das políticas identitárias se torna premente, podemos interrogar a noção tradicional de esfera pública construída a partir das propostas de Jürgen Habermas. Este autor, na sua obra pioneira sobre a emergência da esfera pública burguesa nas sociedades ocidentais, alertava para o retorno ao carisma da esfera pública representativa assente em especialistas de imagem e da opinião que

veiculavam os interesses dos poderes económicos e políticos. A visão pessimista de Habermas, directamente associada ao período em que a obra foi escrita, seria mais tarde transformada num relativo naturalismo no seu trabalho *Entre factos e normas* (1996).

Como refere Deborah Cook (2001: 139), Habermas parece pressupor que o funcionamento sistémico-paternalista das democracias liberais deve ser o padrão a adoptar. Assim, segundo este autor, só em casos raros é que a esfera pública cumpre as condições necessárias para se tornar em poder comunicativo com directa influência no sistema político.<sup>1</sup> E aquilo a que Habermas chama “privatismo civil” é reforçado pela colonização do mundo da vida, tornando difícil o desenvolvimento de uma esfera pública robusta e vibrante. O que surpreende na nova argumentação de Habermas é que a fraqueza da esfera pública deriva quase exclusivamente da dinâmica negativa do mundo da vida, e não dos sistemas económicos ou políticos e da sua lógica de funcionamento hegemónica.

Esta nova proposta teórica de Habermas remete a capacidade para veicular exigências ao sistema político para a acção dos movimentos sociais, sobretudo a partir de iniciativas espectaculares e disruptoras, uma vez que os meios de comunicação social não cumprem o seu papel de mediadores e de formadores dos cidadãos a partir da convocação das opiniões dos peritos.

Que possibilidades restam então para a construção de cidadãos activos e participativos? Mais do que falar numa esfera pública, que adquire uma conotação quase metafísica, parece mais adequado falar de públicos, procurando restituir a complexidade da construção e recepção mediáticas e dos seus impactos políticos. Seguindo Cefai e Pasquier, os públicos não são entidades essenciais, pré-existentes, mas produzem-se pelas performances de publicitação de um problema social, de uma medida ou política pública, de uma obra, programa, espectáculo, etc. Estes autores distinguem entre públicos mediáticos e públicos políticos. O público dos *media* é sobretudo destinatário de um dispositivo de representação. O público político, a partir da acepção original de John Dewey, é “um público associativo, inquiridor ou deliberador, que visa controlar as consequências de um acontecimento ou de uma acção e que procura definir as modalidades do bem público” (Cefai e Pasquier, 2003: 18).

Esta pragmática dos públicos alerta para a importância das sociabilidades e dos laços interpessoais na conformação das experiências pessoais e colectivas de recepção mediática de comprometimento social, cívico e

---

<sup>1</sup> Para uma análise decisiva sobre a naturalização do conceito de sociedade civil e da relação entre cultura política e esfera pública, ver Somers (1995).

político. As formas de mobilização colectiva revelam o papel dos *media* como operadores práticos de experiência identitária e de identidades narrativas. Se um público político pode ser interpelado, reforçado ou contestado pela actuação dos *media*, estes também produzem problemas públicos e constituem públicos que podem converter-se em públicos políticos.

Centrando a nossa atenção agora nas teorias e propostas actuais que analisam o impacte dos *media* na realidade social e a importância da comunicação social na construção da cidadania, podem ser identificadas duas correntes principais: as teorias pessimistas ou críticas, na esteira da escola de Frankfurt, como Todd Gitlin ou Jean Baudrillard, ou posições de cariz mais realista, como, por exemplo, a de Michael Schudson.

Começemos por uma breve análise da vertente pessimista representada por Gitlin e Baudrillard. Na obra *Media Unlimited* (2002), Todd Gitlin refere o efeito de super-saturação criado pelos *media* nas sociedades do centro do sistema capitalista. Os *media* são ocasiões que permitem aos cidadãos experienciar em circuito fechado, no sentido em que as experiências são elas próprias os principais produtos, as principais transacções, os principais efeitos dos *media* (2002: 10). Para Gitlin, neste fluxo permanente de imagens, sons e palavras, a democracia reduz-se a um simples epifenómeno. Como efeitos directos da super-saturação temos a simplificação dos temas tratados pelos *media* e a consequente desmobilização das pessoas. Gitlin refere, como exemplo do efeito perverso dos *media*, o seu estudo clássico sobre a cobertura dos meios de comunicação de massas norte-americanos do movimento anti-guerra dos anos 60 nos Estados Unidos, *The Whole World is Watching* (2003). A cobertura dos *media*, segundo Gitlin, desbaratou o movimento anti-guerra pela cobertura desproporcionada da violência das acções perpetradas por aquele movimento e pela sua retórica extravagante. Os líderes do movimento e os *media*, segundo o autor, entraram numa relação simbiótica e em circuito fechado que foi fatal para o movimento anti-guerra (2002: 123).

Jean Baudrillard, no seu último trabalho, *Le pacte de lucidité* (2004), propõe a ideia de realidade integral para marcar a tendência e a exigência de que tudo seja real, visível e transparente e que transporte um sentido. Esta realidade integral, segundo o autor, significa a morte do real, de toda a possibilidade de imaginação do real. O tempo do virtual e dos *media* coloca em causa toda a transcendência, o tempo histórico do acontecimento, o tempo psicológico do afecto e da paixão, o tempo subjectivo do julgamento e da vontade. Cabe ao analista, segundo Baudrillard, arrancar o mundo ao seu princípio de realidade, trazê-lo à sua singularidade. “O real é da ordem da generalidade, o mundo é da ordem da singularidade” (2004: 29).

Em contraste com as posições de Gitlin e Baudrillard, Michael Schudson afirma que a influência dos *media* assenta sobretudo numa ilusão do poder dos mesmos (2003a).<sup>2</sup> O poder dos *media* é sobrestimado, pela razão simples, segundo o autor, de que eles são a ponta visível de um icebergue de influências sociais no comportamento humano. Referindo-se também ao livro de Gitlin sobre os movimentos anti-guerra, Schudson argumenta que, mais do que o enquadramento negativo do movimento pelos *media*, foi a componente informacional que esteve na base da desagregação do movimento. Ou seja, a simples informação da existência do movimento anti-guerra, com a atracção de novos aderentes portadores de novas sensibilidades e lógicas políticas, conduziu a lutas fratricidas pelo poder e à lenta desintegração.

Quanto à relação dos *media* com a cultura cívica, Schudson (2003b) argumenta que aqueles definem as estruturas da atenção, ou seja, aquilo que o público é chamado a tomar em conta e aquilo que deve ser ignorado. Mais importantes na construção da cidadania são, para este autor, aquilo a que chama infra-estrutura cívica e a permeabilidade do quotidiano aos rituais e símbolos da cidadania.

A partir destas duas correntes de pensamento que teorizam a relação entre os *media* e a construção de uma cultura cívica, podemos centrar agora a discussão em torno da seguinte questão: como é que a heteronomia da heteronomia, o jogo complexo de identidades e de particularismos, afecta o papel dos *media* no espaço público? Aqui podemos distinguir duas visões teóricas radicalmente distintas que marcam as respostas a esta pergunta. Uma primeira, de cariz republicano, alerta para o perigo da desagregação das identidades nacionais e dos elos sociais integradores. Como representantes desta visão, podemos indicar Elihu Katz e Dominique Wolton. Uma segunda perspectiva, que podemos denominar como crítica e problematizadora quanto à influência dos *media*, é representada por Ernesto Laclau.

Elihu Katz enfatiza a relação simbiótica entre a estrutura dos *media* e a estrutura da sociedade (2000: 129). A crise ou a perda de importância do sistema público de comunicação conduz e reflecte a ausência de uma arena comum de discussão dos temas prementes de uma dada sociedade. A multiplicidade e a segmentação dos meios de comunicação (canais temáticos, vídeo, internet, etc.) coloca em risco o sentimento partilhado de nação e a comunidade imaginada construída em torno, por exemplo, da televisão pública. Para Dominique Wolton (1994), num texto considerado já um clássico no tratamento desta temática, a televisão constitui um dos laços sociais mais fortes, sedimentadora da identidade nacional. A televisão tornou-se

---

<sup>2</sup> Num tom semelhante, poderemos situar no caso português a reflexão de Mário Mesquita (2003).

no subconsciente colectivo mais determinante na construção dessa identidade nacional. A televisão, tanto nas suas emissões de entretenimento como de informação, produz e difunde uma cultura comum e só a televisão generalista, preferencialmente de capitais públicos, permitirá a aproximação dos diferentes grupos e interesses que compõem uma dada sociedade na comunhão de um destino comum.

A perspectiva crítica de Ernesto Laclau (2000) sobre a relação entre a comunicação social e a construção de identidades nacionais imaginadas deriva de uma teorização aturada sobre a questão do poder e da hegemonia nas sociedades contemporâneas. Se o poder implica dominação, não podemos concluir que a influência avassaladora dos *media* na sociedade da informação constitui um poder que só pode ser abordado numa lógica de resistência. Para o autor, a estratégia adequada assenta na exploração das ambiguidades internas dos sistema de poder dos *media* e na tentativa de desenvolvimento de outras possibilidades emancipadoras. Assim, contrariamente a Katz e Wolton, Laclau considera que a pluralidade e a fragmentação das identidades e dos actores sociais não devem ser vistas de forma pessimista. Citando: “Construir uma visão política nestas novas condições, em que a manutenção do desfasamento entre a universalidade e a particularidade se torna a própria matriz do imaginário político, é o verdadeiro desafio com que a democracia contemporânea se confronta” (Laclau, 2000: 145). O caminho passaria pela criação de *media* alternativos, veiculadores de temáticas transgressoras das gramáticas hegemónicas e assentes em lógicas de produção descentradas e não comerciais.

O que Ernesto Laclau não apreende, é que, no campo jornalístico, há clivagens ideológicas e diferentes práticas profissionais e que será importante inserir a crítica dos *media* na imanência da *praxis* (Lemieux, 2001: 223). Esta abordagem internalista, além de restituir os constrangimentos situacionais que a acção colectiva dos jornalistas faz emergir, apoia-se sobre o sentido de justiça dos próprios actores (os problemas e dilemas morais dos jornalistas, as suas auto-críticas, os seus casos de consciência, etc.).<sup>3</sup> Cyril Lemieux, ao comparar os jornalistas nos Estados Unidos e em França, e a partir de entrevistas pessoais, concluiu por uma convergência nas avaliações da objectividade profissional, da relação entre o público e o privado (relação com as fontes) e do activismo político (separação entre o activismo político e a prática jornalista) naqueles que trabalhavam em meios de comunicação não partidários (Lemieux, 2000a).

Parece-me que a possibilidade de produção de gramáticas alternativas nos *media* assentará tanto na exploração dos dilemas identitários e ideoló-

<sup>3</sup> Para o caso francês, ver Lemieux (2000b).

gicos dos jornalistas da comunicação social convencional como na tentativa de fundar lógicas e processos de produção informacional não convencionais e alternativos à chamada informação de referência.

Contudo, mesmo entrevistando ou observando os profissionais da comunicação social nos seus contextos profissionais, não podemos ater-nos ao que aqueles declaram ou fazem. Há que analisar como está construído o que produzem, que identidades, representações e relações são salientadas e as que são silenciadas ou reprimidas. É a isso que se propõe a análise crítica do discurso (Fairclough, 1995). Os *media* constituem um poderoso aparelho ideológico, não no sentido de que são manipulados ou que os seus profissionais possuem uma falsa consciência, mas sim de que os seus discursos assentam em pressupostos e assunções com um forte carácter ideológico. Esta função ideológica é complexa e contraditória. Por exemplo, os textos (num sentido amplo) dos *media* tanto contribuem para o controlo e a reprodução social como operam como mercadorias culturais, entretêm as pessoas, mantêm as pessoas política e socialmente informadas, são artefactos culturais e reflectem as mudanças nos valores e nas identidades.

Esta função ideológica, independentemente de ser avaliada e reformulada internamente nos conselhos de redacção, ousando até incluir a presença de observadores externos, não parece também passível de alteração pela introdução da figura de provedor na comunicação social. Aos destinatários da informação e aos directamente referenciados no tratamento dos *media* caberá um papel directo na desconstrução dos discursos jornalísticos e na exigência de apresentação de visões alternativas. Esta exigência, mesmo que possível pela acção isolada de alguns indivíduos, exige uma sociedade civil organizada em grupos de interesses e de pressão, exige um grau de mobilização social e política específico.

Como se viu atrás, sendo o espaço público mais uma noção teórica do que uma realidade concreta, resta-nos trabalhar a diversidade dos públicos construídos a partir de determinados problemas, temáticas, ou consumos. Os públicos só existem em contextos concretos e bem definidos e a sua mobilização como públicos políticos exige todo um trabalho político, social e simbólico que os inscreva na tessitura das discussões públicas e lhes dê voz, que os faça falar e apontar perspectivas alternativas e desconstrutoras das hegemonias gramaticais sobre determinados temas ou problemas.

Nesta segunda parte, passo a enumerar alguns exemplos que ilustram o trabalho ideológico realizado nos *media*, que marcam de forma significativa a esfera pública, e que podem incluir tanto o pequeno exemplo, quase um não-dito, contido num editorial ou numa coluna de opinião, até uma tomada de posição clara, inequívoca e política sobre um determinado assunto.

O primeiro exemplo ilustra a defesa sem ambiguidades de uma posição política em editorial, o que na prática jornalística veicula toda a linha editorial de um jornal. O mais curioso é que, de forma não ortodoxa, no jornal em causa, o *Público*, outros redactores também assinam editoriais noutras edições com perspectivas políticas completamente opostas, demonstrando a existência de divisões ideológicas e políticas na redacção e dando uma imagem aparente de pluralismo e de neutralidade.

O segundo exemplo mostra a produção ideológica dos *media* em torno de um acontecimento, a vinda a Portugal de uma embarcação da organização *Women on Waves*, e da ausência de um trabalho de resistência gramatical ou de desconstrução das denominações e das categorias atribuídas pelos *media*, demonstrando a incapacidade das associações promotoras da iniciativa de afirmarem no espaço público uma visão mediática alternativa.

Começo então por analisar um editorial assinado pelo director do jornal *Público*, José Manuel Fernandes, datado do dia 23 de Agosto de 2004 e intitulado “O elogio da preguiça e a ética do trabalho”. Neste texto, o autor comentava o livro polémico publicado em França por Corinne Maier, *Bonjour paresse*. Em consonância com muitos dos seus escritos em que se apresenta como proponente de uma visão liberal e anti-estatal da sociedade, José Manuel Fernandes utiliza o livro de Corinne Maier como pretexto para desfiar todas as suas convicções políticas e ideológicas: atacar a semana laboral de 35 horas em França, associando-a aos 3 milhões de desempregados nesse país (uma relação não corroborada por muitos economistas); insinuar que o sistema público de ensino desbaratou verbas com a formação superior da autora (uma avaliação moral que pressupõe uma visão mercantil e instrumental da formação superior); lamentar a não implementação da liberalização do mercado da energia em França; e, finalmente, argumentar pela superioridade da ética do trabalho que os Franceses não têm, imputando traços comportamentais a todo um país que estão na base da decadência daquilo a que chama “grandeur française”.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Nesta onda de defesa do neo-liberalismo económico e societário tomando a sociedade francesa como contraponto quase anacrónico, parece interessante referir que, no dia 12 de Setembro de 2004, a cadeia de televisão *Sky News* transmitiu uma reportagem onde se podia viver os parisienses usufruindo das praias artificiais à beira do Sena. Querendo o governo conservador francês alterar a semana das 35 horas, o jornalista daquela estação televisiva acentuava que em França havia 3 milhões de desempregados, estabelecendo também ele, tal como José Manuel Fernandes, uma relação causal entre os dois fenómenos (semana de 35 horas e número de desempregados). A reportagem terminava com a afirmação de superioridade nacionalista de que em Londres não havia praias à beira do Tamisa mas, pelo menos, havia empregos. Parece estarmos perante um fenómeno claro de agenda mediática internacional onde convergem os discursos e as análises que têm como alvo os adquiridos laborais e a noção até há tão pouco tempo tão acarinhada de direito ao lazer e de sociedade do lazer.

O articulista sintetiza na análise de um pequeno livro toda a complexidade cívica e cultural de uma população e no simplismo de um editorial veicula toda a sua agenda política e ideológica neo-liberal. Que hipóteses existem para contrapor argumentos a essa opinião tecida a partir de uma posição de poder como director de uma jornal de referência? Admitindo a possibilidade de escrever uma carta ao director ou de emitir uma opinião na página electrónica do jornal, que visibilidade assume tal contraposição? Por último, quantas organizações sindicais ou quantos economistas contrariaram a opinião de José Manuel Fernandes?

O segundo exemplo prende-se com o barco da organização holandesa *Women on Waves*, Borndiep, que foi impedido de entrar nas águas territoriais portuguesas para participar numa iniciativa de quatro organizações portuguesas de sensibilização para a questão premente da interrupção voluntária da gravidez. O objectivo deste pequeno exemplo não é relatar de forma exaustiva todo o processo e as lutas comunicacionais em torno deste acontecimento.<sup>5</sup>

Na guerra comunicacional em torno deste caso, todos os órgãos de informação portugueses sem excepção (uma ressalva deve ser feita ao *Público*, que intitulou a secção temática de várias das suas edições de “Interrupção Voluntária da Gravidez”), tanto nas manchetes, como nos títulos e no corpo das notícias utilizaram a designação “Barco do Aborto”, quando se referiam ao Borndiep. Embora qualificassem essa designação como o “chamado barco”, ou a colocassem entre aspas, a atribuição negativa estava consagrada e definidos os processos de enquadramento negativo das notícias sobre este assunto. Como se chegou a esta unanimidade? Que fizeram os activistas a propósito desta designação atribuidora de uma ressonância negativa junto dos receptores das notícias? Embora os activistas e as associações promotoras da iniciativa tivessem uma estratégia bem delineada de mediação do evento, e tivessem largos minutos disponíveis nos noticiários, nos debates, etc., nenhuma voz se ouviu a contestar, a matizar ou a propor designações alternativas ou positivas para a embarcação e para a iniciativa que a mesma representava.

Aprofundando um pouco a análise, parece pertinente fazer outra pergunta. Qual a origem desta designação negativa? A resposta exige uma breve genealogia mediática. Com efeito, quando em 2000 se noticiou que Rebecca Gompers tinha a intenção de armar um barco com o objectivo de alertar em vários países (Irlanda e Polónia) para esta problemática, com várias

---

<sup>5</sup> E não pseudo-acontecimento como lhe chamou de forma quase inocente o provedor do leitor do *Público*, Joaquim Furtado.

acções locais, a imprensa conservadora e de inspiração religiosa nos Estados Unidos iniciou uma campanha virulenta contra essa iniciativa. Por exemplo, Kerby Anderson, num artigo publicado na internet a 25 de Agosto desse ano, contrapunha o que chamava Barco do Aborto aos barcos da caridade (*Mercy Ships*) que forneciam serviços médicos aos pobres e indigentes, ou seja, estabelecia uma divisão moral entre uma lógica caritativa e as acções interessadas e extremas das activistas favoráveis à interrupção voluntária da gravidez.

Quando o barco partiu para a Irlanda, em Junho de 2001, a imprensa internacional (CNN; NYT; BBC) adoptou aquela designação que passou a circular naturalmente nos órgãos de informação de todo o mundo, incluindo os portugueses que noticiaram os eventos referentes a essa data. Também na Polónia a lógica mediática alinhou no mesmo sentido e até de forma mais exacerbada.

Em Portugal, nos primeiros dias do anúncio da iniciativa da *Women on Waves*, alguns activistas chamaram-lhe Barco da Solidariedade, designação que foi rapidamente abandonada. A 23 de Agosto de 2004, no *Diário Digital* e no *Público-Última Hora*, o barco era chamado Barco da *Women on Waves* às 17h19m. Já às 19h51m do mesmo dia, no *Diário Digital*, publicava-se uma notícia que reportava a reacção das chamadas Associações Anti-Aborto Portuguesas, onde Teresa Adão da Fonseca, membro da associação *Mais Vida Mais Família* afirmava que o Barco do Aborto era uma provocação. Esta atribuição negativa e de forte alinhamento com os quadros de recepção de uma opinião pública fortemente marcada pelos referentes da religião católica permaneceu até à partida do Borndiep de Portugal.

A grande visibilidade mediática do evento, apoiada em organizações bastante activas da sociedade civil portuguesa, tendo sido importante por alertar para uma questão premente da sociedade portuguesa, deixou um traço de negatividade directamente associada às denominações mediáticas que se construíram a partir da acção activa das associações opositoras à vinda da embarcação. A gramática hegemónica não foi desconstruída e, sendo a linguagem sempre performativa, este acontecimento só pôde ser pensado e contextualizado com o reportório e a caixa de ferramentas da cultura hegemónica.

Em jeito de conclusão, podemos afirmar que os *media* constituem um dos componentes centrais das sociedades democráticas, pois permitem a publicitação, no sentido original proposto por Kant, contraditória e complexa das temáticas e dos problemas que percorrem essas mesmas sociedades. Recorrendo a uma noção de cidadania imperfeita e rejeitando as visões simplistas e catastróficas do potencial de manipulação dos *media*,

constata-se que a esfera pública se compõe de múltiplos públicos, mediáticos e políticos, activos em certos contextos e meros espectadores noutras situações. Como bem demonstram os exemplos apresentados acima, a função ideológica dos *media*, tomando a definição de ideologia na perspectiva de Marx, implica também os públicos, as associações e os movimentos da sociedade civil, e a desconstrução e a crítica das hegemonias gramaticais só será possível pela interpelação activa dos discursos jornalísticos e pela apresentação pública de denominações e definições alternativas.

Sem desvalorizar o trabalho de produção dos jornalistas, os cidadãos e os grupos directamente visados pelos discursos destes profissionais devem exigir o direito consagrado de resposta. As contradições do campo jornalístico poderão ser potenciadoras da possibilidade de outras vozes falarem e de se tecerem novos laços ou novas definições de cidadania, a partir da alteridade de práticas e de posicionamentos políticos e ideológicos, produzindo contradiscursos e contrapúblicos.<sup>6</sup>

Se Habermas apelava aos movimentos sociais como únicos agentes capazes de questionar o sistema político, sabemos que a formatação e o enquadramento das acções dos mesmos pelos *media* marca o tom e o traço que deixam todos os eventos nos públicos mediáticos. A lógica concorrencial no campo dos *media* e a angústia dos seus profissionais quanto ao desconhecimento dos seus públicos na sua ductilidade, e também na sua lógica muitas vezes efémera, permitem criar a oportunidade de projectar vocabulários outros e, numa dinâmica de conflito, pensar outras alternativas para a construção de um mundo comum, que não consensual.

### Referências Bibliográficas

- Balibar, Étienne (1997), “Trois concepts de la politique: émancipation, transformation, civilité”, in E. Balibar, *La crainte des masses. Politique et philosophie avant et après Marx*. Paris: Galilée.
- Balibar, Étienne (2001), *Nous, citoyens d'Europe? Les frontières, l'État, le peuple*. Paris: La Découverte.
- Baudrillard, Jean (2004), *Le pacte de lucidité ou l'intelligence du mal*. Paris: Galilée.
- Cefai, Daniel; Pasquier, Dominique (2003), “Introduction”, in D. Cefai; D. Pasquier (orgs.), *Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*. Paris: PUF.
- Cook, Deborah (2001), “The Talking Cure in Habermas's Republic”, *New Left Review*, 12, 135-151.

---

<sup>6</sup> O conceito de contrapúblico foi proposto por Nancy Fraser (1991), na sua reformulação da noção de esfera pública em Habermas.

- Fairclough, Norman (1995), *Media Discourse*. London: Arnold.
- Fraser, Nancy (1991), "Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy", in Craig Calhoun (org.), *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge, MA: The MIT Press, 109-142.
- Gitlin, Todd (2002), *Media Unlimited. How the Torrent of Images and Sounds Overwhelms Our Lives*. New York: Henry Holt and Company.
- Gitlin, Todd (2003), *The Whole World is Watching. Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkeley: University of California Press [1980].
- Habermas, Jürgen (1984), *Mudança estrutural da esfera pública*. Trad. Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro [1962].
- Katz, Elihu (2000), "Media Multiplication and Social Segmentation", *Ethical Perspectives*, 2-3, 122-132.
- Laclau, Ernesto (2000), "Power and Social Communication", *Ethical Perspectives*, 2-3, 139-145.
- Lemieux, Cyril (2000), *Mauvaise presse: une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*. Paris: Éditions Métailié.
- Lemieux, Cyril (2001), "Une critique sans raison? L'approche bourdieusienne des médias et ses limites", in Bernard Lahire (org.), *Le travail sociologique de Pierre Bourdieu*. Paris: La Découverte, 205-229.
- Lemieux, Cyril; Schmalzbauer, John (2000), "Involvement and Detachment Among French and American Journalists: To Be or Not to Be a 'Real' Professional", in Michèle Lamont; Laurent Thévenot, *Rethinking Comparative Cultural Sociology: Repertoires of Evaluation in France and the United States*. Cambridge: Cambridge UP.
- Mesquita, Mário (2003), *O quarto equívoco. O poder dos media na sociedade contemporânea*. Coimbra: MinervaCoimbra.
- Schudson, Michael (2003a), *The Sociology of News*. New York: W. W. Norton and Company.
- Schudson, Michael (2003b), "How People Learn To Be Civic", [http://www.compact.org/publication/Reader/Winter\\_2003.pdf](http://www.compact.org/publication/Reader/Winter_2003.pdf) (consultado a 6 de Setembro de 2004).
- Somers, Margaret (1995), "Narrating and Naturalizing Civil Society and Citizenship Theory: The Place of Political Culture and the Public Sphere", *Sociological Theory*, 13(3), 229-274.
- Thévenot, Laurent (1999), "Faire entendre une voix. Régimes d'engagement dans les mouvements sociaux", *Mouvements*, 3, 73-82.
- Wolton, Dominique (1994), *Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão*. Porto: Edições Asa.