



Universidade do Minho  
Instituto de Ciências Sociais

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade  
[www.cecs.uminho.pt](http://www.cecs.uminho.pt)

---

## A formação para o exercício da cidadania numa sociedade mediatizada\*

---

**Manuel Pinto**

Professor Associado

[mpinto@ics.uminho.pt](mailto:mpinto@ics.uminho.pt)

Universidade do Minho  
*Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade*  
Campus de Gualtar  
4710-057 Braga  
Portugal

---

\* PINTO, M. (1999) "A formação para o exercício da cidadania numa sociedade mediatizada", comunicação apresentada na Conferência Internacional "Os cidadãos e a sociedade da informação" organizada por S. Ex.<sup>a</sup> o Presidente da República, Centro Cultural de Belém, 9 e 10 de Dezembro

## A formação para o exercício da cidadania numa sociedade mediatizada\*

Permitam que aproveite este momento para manifestar o meu regozijo pela iniciativa tomada pelo Sr. Presidente da República de promover esta conferência internacional, sobre um tema tão candente e, ao mesmo tempo, tão carente de reflexão e estudo. As incidências da chamada “sociedade da informação”, nomeadamente nas suas vertentes política, social e cultural são de tal modo complexas e desafiantes que seria de extrema gravidade que as deixássemos circunscritas a problemas de natureza meramente económica ou tecnológica. Os media, velhos ou novos, envolvem valores e mundividências, formas diferenciadas e assimétricas de apropriação social e configuram e exprimem projectos de vida colectiva, pelo que se torna vital fazer deles e dos problemas da informação um tema central do debate público. A realização desta conferência revela-se, assim, de uma oportunidade flagrante.

É, por conseguinte, com todo o gosto que tomo parte nestes debates, tanto mais que me coube comentar a conferência de Patrick Champagne, um cientista que é, reconhecidamente, um dos nomes de relevo no panorama da sociologia francesa e internacional, cujo trabalho e pensamento tem tido evidente impacto entre nós. Não irei entrar aqui na discussão aprofundada dos pressupostos teóricos dos pontos que quis propor à nossa reflexão, dado não ser este o contexto adequado. Mas é indesmentível que Patrick Champagne nos coloca perante questões de enorme pertinência e actualidade. Designadamente no quadro português, em que, a propósito das sondagens, se vem debatendo a alteração da Lei 31/91 de 20 de Julho, sobre a “publicação e difusão de sondagens e inquéritos de opinião”.

Este meu comentário visa, em primeiro lugar, suscitar o debate entre todos nós, pelo que me limitarei a enunciar algumas reflexões e a formular algumas perguntas que a intervenção me suscitou. Dada a amplitude do tema deste painel, procurarei, sempre

---

\* Comentário à conferência de Patrick Champagne “Les médias, les sondages d’opinion et la démocratie”, no âmbito do painel: “**Novos e velhos media: a formação da opinião pública e a democracia**”

que me parecer oportuno, alargar o âmbito das questões e concretizar relativamente ao caso português.

## 1. Pontos de partida

Entendo a conferência de Patrick Champagne acima de tudo como apelo a um esforço de distanciamento e de estranhamento face ao mundo que criámos e que alimentamos; a não nos deixarmos enredar acriticamente naquilo que nos é sugerido como a ordem normal das coisas; a submeter à análise e à avaliação os discursos e as práticas políticas que enaltecem as tecnologias como a última e decisiva panaceia para uma sociedade democrática assente na igualdade, na participação e na transparência. Como, logo a abrir, faz questão de notar, o seu objectivo é, também, “trazer alguns correctivos a este entusiasmo”.

Embora dedique a maior parte da sua reflexão ao problema das sondagens, Patrick Champagne coloca, de facto, à nossa consideração, um trinómio ou, se preferirmos, um triângulo formado pelos media, pelas sondagens de opinião e pela democracia. A liberdade e pluralismo da imprensa e do jornalismo são reconhecidas como “peça essencial do funcionamento do jogo político”. No entanto, sendo esta peça uma condição necessária, não é, como acentua, condição suficiente: novas formas de censura, mais subtis, vão emergindo no âmbito político e os próprios media se configuram como dispositivos censurantes. Esta nova censura, assente e decorrente da lógica dos interesses económicos que controlam os media e os grupos mediáticos, conduz tendencialmente à “redução do campo dos possíveis” e pode levar, conseqüentemente, à uniformização e àquilo que tem sido chamado “pensamento único”. Neste quadro, os jornalistas, especialmente os que trabalham nas estações de televisão, “dispondo, de facto, do monopólio da difusão do discurso público”, determinam cada vez mais não só os assuntos a tratar e os modos de o fazer, mas também aqueles a quem é reconhecido o direito à palavra para comentar e opinar sobre tais assuntos. Neste processo, exercem sobre a realidade social um “efeito de ecrã” que, ao mesmo tempo que enfatiza e focaliza, também remete, no mesmo passo, ao silêncio ou à penumbra e “impede a apreensão da realidade social”.

Na perspectiva de Patrick Champagne, o poder definidor dos jornalistas acaba, por sua vez, por estar submetido à lógica do poder económico, traduzido na sujeição ao *diktat* da audiência, expresso através de uma forma específica de sondagem: a audimetria.

Quanto à sondagens propriamente ditas, o conferencista faz notar que elas nos são apresentadas como desenvolvimentos e extensões das práticas vigentes nos regimes democráticos, permitindo instaurar “relações mais estreitas e permanentes entre os cidadãos e os agentes políticos”. No caso das sondagens pré-eleitorais, Champagne estranha e questiona o paradoxo de elas serem permitidas em alturas em que o debate eleitoral ainda não ocorreu e proibidas no momento em que os cidadãos, porque já mais familiarizados com os debates e argumentos, se poderiam pronunciar com mais propriedade. Questiona ainda, no caso das sondagens de opinião, aquilo que se designa por ‘imposição de problemática’, ou seja, o facto de se interrogar uma amostra representativa da população sobre problemas acerca dos quais não é seguro que a população esteja em condições de responder e sem se interrogar se é pertinente inquiri-la sobre essas matérias. “Nada é mais oposto à lógica democrática – sublinha Patrick Champagne – que este registo de respostas a questões que não foram debatidas publicamente (...) Em política, a produção de uma opinião implica que seja feita com toda a clareza e com conhecimento de causa. Implica previamente a sensibilização e o debate, tomadas de posição dos actores políticos”. De facto, como ter opinião sobre um assunto, sem um certo grau de consciência acerca das respectivas implicações? Que valor atribuir a uma sondagem de opinião, quando é esta que estabelece – mais ainda, impõe – os assuntos e o modo como eles são formulados?

Correndo talvez o risco da simplificação, resumimos algumas das ideias do autor, deparando, no fim de contas, com uma tónica comum na análise que faz quer da lógica dos media quer da lógica das sondagens: trata-se de modalidades de acção social e de tecnologias aparentemente funcionais à vida política em democracia, mas que, de facto, podem promover e consagrar enviesamentos e perversões na vida democrática.

## 2. O jornalismo: condicionante e condicionado

Uma das questões de fundo subjacente e ligada às preocupações enunciadas consiste no desenvolvimento de processos de comunicação (entre o campo político e o eleitoral,

entre os media e os cidadãos) marcados por uma lógica de espectáculo e de dramatização, de que redundam, quase inevitavelmente, a simplificação, o enfraquecimento do debate de ideias, das posições argumentadas e do esclarecimento individual e colectivo.

Como escreveu um dia Ignacio Ramonet – ideia retomada na parte final do seu recente livro ‘A Tirania da Comunicação’ – “informar-se cansa”. As empresas de sondagem, apoiadas pelos (ou aliadas aos) media e pelas organizações políticas e governamentais, constroem a ‘opinião pública’, sendo esta depois tomada por referência e barómetro, quer pelos media, quer pelo campo político. Por outro lado as sondagens e os comentários a que dão lugar nos media substituem-se ao debate político<sup>1</sup>.

Considerando a pertinência desta análise para o quadro português, torna-se, desde logo, óbvio que a inserção do nosso país num espaço político-económico mais vasto faz com que muitos dos problemas identificados noutras realidades nos sejam familiares. Mas o percurso histórico de cada país, as circunstâncias específicas de cada realidade não podem deixar de ser consideradas. Champagne referia, para o caso francês, o ano de 1965 como um marco, no que se refere ao uso sistemático de sondagens na vida política. Por essa altura, já a prática se havia também tornado corrente nos Estados Unidos da América. Portugal teve de aguardar pelos anos subsequentes à Revolução de Abril para ver implantar-se e consolidar-se esta tendência.

Como nota simultaneamente curiosa e, ao mesmo tempo, bem sintomática, vale a pena recordar que a manchete do primeiro número do ‘Expresso’, em Janeiro de 1973, revelava justamente que “63 por cento dos portugueses nunca votaram”, notícia elaborada com base num inquérito à opinião pública sobre o exercício do direito de voto<sup>2</sup>. Logo nos anos imediatamente subsequentes ao 25 de Abril de 74 artigos em diplomas vários trataram do problema das sondagens. Mas foi preciso aguardar o início dos anos 90 para ver a luz do dia a Lei sobre as sondagens, já atrás referida, na qual se estabelece a disciplina e procedimentos a adoptar nesta matéria<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Cf., a este propósito, o artigo de Patrick Champagne ‘Pour en Finir avec les Faux Débats sur les Sondages’, in *Le Monde Diplomatique*, Julho de 1995.

<sup>2</sup> Diz-se na mesma notícia que este inquérito, realizado por uma entidade de que se dá apenas o acrónimo – SERTE - estava enquadrado num plano do novo semanário que visava “fazer uma cobertura o mais completa possível sobre as eleições para deputados” que naquele ano se iriam realizar

<sup>3</sup> Nesta lei se define, por exemplo, a obrigatoriedade de as entidades que realizam as sondagens se registarem previamente para o efeito junto da Alta Autoridade para a Comunicação Social e estabelecem-se as regras a observar na realização de inquéritos e sondagens de opinião. Por exemplo, a alínea f) do art.

Centrando-me agora no que foi dito acerca do campo do jornalismo e das derivas que se considera serem por ele induzidas nas democracias, em virtude de uma lógica neo-liberal que condiciona, em grande medida, a sua acção, devo dizer que, no geral, este diagnóstico me parece pertinente e certo, embora suscite também algumas interrogações. É um facto que o quadro assim traçado corresponde a uma tendência forte, a uma lógica dominante no jornalismo. Mas há, pelo menos duas ordens de fenómenos de sentido convergente, que me parece obrigarem a levar um pouco mais longe a reflexão. São eles a tendência crescente das instâncias políticas e até de um cada vez maior número de organizações da chamada ‘sociedade civil’ para a comunicação directa com a audiência, mediante a organização e encenação de eventos ou de pseudo-eventos pensados estrategicamente para serem cobertos pelos media; e é, por outro lado, aquele fenómeno a que o jornalista e professor luso-brasileiro Carlos Chaparro designou por ‘revolução (ou institucionalização) das fontes’ e que não é mais do que a tendência, crescente nas últimas décadas, por parte de todo o tipo de organizações sociais, para fazer passar nos media mensagens e imagens favoráveis, recorrendo a serviços especializados de comunicação, conhecedores das lógicas jornalística e mediática e recorrendo o menos possível ao trabalho dos repórteres. A visibilidade e pujança adquiridas por este tipo de produção de informação não jornalística, do ponto de vista quantitativo e qualitativo, aliada à eficácia de que vem dando mostras, ao conseguir marcar a agenda dos media, é de molde a pôr em causa o lugar e papel do jornalismo na sociedade. Esta tendência alcança um significado substancialmente maior, quando se liga e articula com as possibilidades que as novas formas de comunicação mediada por computador estão cada vez mais a abrir e a explorar, facilitando enormemente as vias e modalidades de contacto directo (isto é, não mediado) com o público.

Perante este quadro, a pergunta que importa colocar é a seguinte: em que medida esta tendência para a ‘desintermediação’<sup>4</sup> não obriga a reequacionar as visões e análises tradicionalmente feitas acerca do papel do jornalismo na sociedade? Ou seja: a tendência, que se observa a uma escala inédita, para transferir os critérios de selecção e hierarquização da informação de actualidade de profissionais e instituições específicos (e para tal socialmente reconhecidos e legitimados) para instâncias cujas lógicas de

---

3º: “A interpretação dos resultados brutos deve ser feita de forma a não falsear ou deturpar o resultado da sondagem.”

<sup>4</sup> Conceito utilizado por David Shaw (1997) ‘Can Newspapers Find their Niche in the Internet Age?’, in *Los Angeles Times.*, 16 de Junho

acção são por natureza alheias ou, pelo menos, pouco sensíveis a uma lógica de interesse público não virá colocar em causa o “monopólio de difusão do discurso público” atribuído aos jornalistas, a que aludia Patrick Champagne?

### 3. Reconquistar o espaço-tempo da acção

Finalmente, a comunicação que acabamos de escutar suscita uma observação que se prende com a ênfase que, neste tipo de análise, é dada ao factor mediático e ao poder de controlo e domínio do jornalismo sobre os restantes campos e agentes sociais. A experiência histórica ensina que uma hiperacentuação dos constrangimentos institucionais ou estruturais pode conduzir à desconsideração ou subavaliação das condições e oportunidades de intervenção em ordem à mudança e, por essa via, indirectamente, ao reforço do peso daqueles constrangimentos.

Sendo certo que não se pode, perante a complexidade do mundo social envolvente, ser-se ingénuo ou voluntarista, também não se pode anestesiar as virtualidades da acção e reduzir ou aniquilar as margens de acção e manobra dos actores sociais.

Pergunto-me se, em ordem a uma maior coerência do quadro de leitura, não necessitaremos de englobar, num plano mais destacado, o lugar da acção social dos indivíduos e dos grupos e organizações, o papel das redes de interacção no âmbito das quais novos modos de estar, de compreender e de intervir nas situações se podem forjar. Esta linha de pensamento e acção, que procura reconhecer que as pessoas e as dinâmicas sociais também produzem (e não só reproduzem) as estruturas e as grandes lógicas que norteiam o sistema social, reveste-se de enorme alcance, quer no campo da análise social quer no campo político. Torna-se necessário, evidentemente, fundar a participação na vida cívica e política numa análise crítica e consistente da complexidade da vida social. No entanto, essa análise não pode ser esterilizadora da própria acção. Antes deverá explorar todas as possibilidades, modalidades e espaços-tempos em que a acção individual e colectiva possa germinar e adquirir consistência.

Urge, de facto, que nos interroguemos sobre as instâncias e as modalidades em que se justifica e exige a promoção de iniciativas orientadas para a capacitação dos cidadãos para as novas formas de intervenção cívica e política que os tempos de hoje tornam necessárias. Perante a complexidade crescente dos fenómenos sociais e das opções que somos chamados a assumir; perante a avalanche informativa que os novos e velhos meios de comunicação e informação disponibilizam; perante as mensagens mais

dísparos que de vários lados procuram seduzir e convencer – torna-se urgente redefinir o conceito de cidadania, redescobrir os campos e as dimensões nele implicados, ensaiar novos modos de aprender a viver, individual e colectivamente, nos novos cenários que se estão a desenhar.

Apesar do espírito de inventiva que esta tarefa exige, muitas lições podem ser colhidas de caminhos já percorridos, que importa identificar e conhecer melhor, ao nível da educação e da formação, da solidariedade, da luta pelos direitos, da vida económica, da comunicação, etc. Sem querer fazer da escola uma espécie de albergue espanhol a que vai parar tudo o que a sociedade não sabe como resolver, julgo que é a esta instituição social que cabe uma tarefa insubstituível no sentido apontado.

#### 4. Educação para os Media e cidadania

Permitam-me que relance, nesta linha, uma causa pela qual há anos me venho batendo e que não suscitou ainda entre nós uma consciência e acção generalizadas. Refiro-me à importância que tem, nas sociedades democráticas em que vivemos, a formação para um uso crítico dos media, entendida como educação para a cidadania e a comunicação. Os processos de construção da realidade a que os meios de comunicação recorrem, passando pelo simples e aparentemente óbvio e banal acto de ver TV, e chegando às necessárias aprendizagens sobre a navegação no agitado oceano informativo, configuram e supõem competências a que não podemos deixar de prestar atenção na formação das crianças e dos jovens.

Retomando uma oportuna pergunta que o Presidente da República colocava na sessão de abertura deste Colóquio – saber se o acesso a mais informação será suficiente para falarmos de mais e melhor cidadania – importa dizer com clareza que a cidadania lucra com cidadãos que podem ter acesso a mais informação, mas que isso não só não é suficiente, como pode, inclusivamente, acarretar riscos de indigestão informativa e, logo, riscos para a qualidade da cidadania. Mais ainda, as políticas, hoje dominantes, que propugnam o acesso do maior número aos computadores e à Internet, configurando embora objectivos porventura louváveis e fundamentais, ficariam seriamente truncadas, se não fossem acompanhadas por políticas de igual relevo centradas no desenvolvimento das novas competências – não apenas instrumentais – que a sociedade da informação e do conhecimento exige. Ora, a Educação para os Media e para a comunicação pode constituir um forte estímulo nesse sentido, se se for capaz de



inscrever essa dimensão no coração das políticas educativas e não apenas como enfeite pedagógico marginal.

O papel dos media na sociedade e designadamente na vida política; as lógicas e interesses que informam aquilo que produzem e difundem; os modos socialmente diferenciados como são utilizadas e significadas as suas mensagens; os direitos e deveres de todo o cidadão face aos meios de comunicação – eis outras tantas linhas daquilo a que tem sido chamado Educação para os Media.

De facto, se é através dos meios de comunicação que ocorre hoje uma parte significativa do contacto e iniciação à vida social, como aceitar que as instituições educativas não assumam, de forma explícita e concreta, a abordagem crítica dos media, não apenas como auxiliares de aprendizagem, mas também e sobretudo como tema de estudo e análise?

Como aceitar que, perante as pressões do campo económico e a movimentação dos *lobbies* das grandes empresas que produzem e/ou comercializam equipamentos informáticos, o discurso e a preocupação políticos se circunscrevam a disseminar a Internet nas escolas e a estimular a sua utilização generalizada? Se navegar implica a consciência viva da viagem, do destino e dos instrumentos e recursos necessários, isto é, se a navegação pressupõe a procura de um sentido, para não se tornar num vogar ao sabor das ondas e das correntes ou, pior ainda, para não redundar em naufrágio, como estimular e promover dinâmicas que se abram a estes horizontes largos que o tecnicismo reinante é incapaz de acolher e pôr em prática?