

A relação entre *media* e política em Portugal: perceções de jornalistas políticos em campanha eleitoral

Filipe Resende

Centro de Estudos de Comunicação e Cultura - Universidade Católica Portuguesa

Proposta de comunicação:

A mediatização pode ser entendida como uma combinação de forças de *push*, em que os *media* são estruturas semiautónomas das instituições políticas, e *pull*, em que o comportamento político é expandido no âmbito da integração de atividades relacionadas com uma lógica dos *media*. Este modelo do *push* e *pull* permite compreender em profundidade a relação entre os meios de comunicação e a política, especialmente quando existe um conjunto de teorias que foca esta interação de modo recíproco (Blumler & Esser, 2019).

Neste sentido, a relação entre as estruturas mediáticas e políticas pode ser considerada uma relação simbiótica caracterizada por dois eixos diferentes (Meyer, 2002; Strömbäck, 2008). Por um lado, os políticos, ao sujeitarem-se às regras dos *media*, têm uma maior visibilidade junto do seu eleitor, porque sabem que, sem esta visibilidade, as suas ações têm um reduzido protagonismo junto da esfera pública. Por outro, os jornalistas necessitam da informação veiculada pelos atores políticos para difundir conteúdos junto do seu público, pois, sem a intervenção política, reduzem-se a meros animadores ou propagandistas. Esta associação é caracterizada como opressiva, envolvida num jogo de poder recíproco de troca de informação, resultando num casamento de conveniência com desconfiança mútua.

Nesta interação, as campanhas eleitorais são momentos essenciais de cristalização de comunicação política, já que podem ser adequadas para a observação do processo de mediação entre as lógicas da política e dos meios de comunicação (Blumler & Esser, 2019).

Tendo em conta o atual enquadramento, a presente comunicação foca-se no mapeamento das perceções subjetivas de jornalistas de política com experiência

na cobertura do período de campanha eleitoral de meios generalistas. A investigação focou a relação entre os *media* e a política e a cobertura jornalística durante o período de campanha eleitoral, contabilizando a realização de 10 entrevistas semiestruturadas com recurso à análise temática.

Biografia do autor:

Professor Auxiliar na Faculdade de Ciências Humanas. Doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade Católica Portuguesa. Investigador do Centro de Estudos de Comunicação e Cultura (CECC). As suas principais áreas de investigação são Comunicação Política e Estudos dos *Media* e do Jornalismo.