



ESCOLA SUPERIOR  
DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

# **A cobertura noticiosa das Eleições Europeias 2019 no *Jornal da Noite* da SIC**

**Flávio Daniel Menezes Bártolo**

Relatório de Estágio submetido como requisito parcial para a obtenção do  
grau de Mestre em Jornalismo

Trabalho realizado sobre orientação de  
Professora Doutora Maria Inácia Rezola

Lisboa, outubro 2019

## **DECLARAÇÃO**

Declaro ser o autor deste relatório de estágio, parte integrante das condições exigidas para a obtenção do grau de Mestre em Jornalismo, que constitui um trabalho original que nunca foi submetido (no seu todo ou em qualquer uma das suas partes) a outra instituição de ensino superior para a obtenção de um grau académico ou outra habilitação. Atesto ainda que todas as citações estão devidamente identificadas. Mais acrescento que tenho plena consciência de que o plágio poderá levar à anulação do presente trabalho.

Lisboa, 25 de outubro de 2019

O candidato,



## AGRADECIMENTOS

*A toda a minha família, em especial aos meus pais pelo sacrifício e pela preocupação constante em terminar esta etapa. Às minhas irmãs pelo apoio. Aos meus avós, ti@s e prim@s.*

*Aos meus amigos. Aos “Putos do Bairro”. Aos amigos que fiz em Coimbra, com quem partilhei grandes aventuras e experiências, e que continuam comigo. Às gémeas Marta e Sara e à Carla, grandes amigas sempre preocupadas comigo. À Rita e à Catarina, pelo apoio fundamental e imprescindível ao longo destes dois anos, em especial, nesta última etapa.*

*À minha orientadora, Doutora Maria Inácia Rezola, pela paciência, preocupação e por não duvidar das minhas capacidades e querer sempre que fizesse um trabalho melhor.*

*À editoria de Política, com quem trabalhei a maior parte do tempo durante o estágio, um local onde cresci profissional e intelectualmente. Um agradecimento especial à Ana Geraldés, com quem muito aprendi e continuo a aprender, à Cristina Figueiredo, por me ter ajudado muito e ter acreditado em mim e ao José Manuel Mestre, por me ensinar a fazer jornalismo.*

## RESUMO

O trabalho que se apresenta foi desenvolvido no âmbito do mestrado de Jornalismo na Escola Superior de Comunicação Social, do Instituto Politécnico de Lisboa. A investigação foi desenvolvida durante o período de estágio na Sociedade Independente da Comunicação (SIC), entre janeiro e julho de 2019, nas secções da Agenda, Política e *Primeiro Jornal*.

O objetivo do trabalho é perceber o destaque que é dado às Eleições Europeias de 2019 e como foi feita a cobertura das mesmas pela SIC. É igualmente importante perceber se a cobertura destas eleições foi focada em temas europeus e/ou nacionais.

Ao longo de seis meses, observei como funciona uma redação e pude acompanhar de perto a coberturas da campanha eleitoral das Europeias de 2019, através da passagem pela editoria de Política.

**Palavras-Chave:** Jornalismo; Política; Eleições Europeias; Eleições Europeias 2019; Campanhas Eleitorais; SIC

## **ABSTRACT**

This internship report has been put together as the final step of the MBA in Journalism at the Higher School of Communication and Media Studies. The research was developed from the internship in the Independent Society of Communication (SIC), that took place between January and July 2019 in the areas of Agenda, Politics and *Primeiro Jornal*.

Our aim is to understand the highlights given to the European Elections 2019 and the coverage that was given to the elections by SIC. It is equally important to understand if these elections were focus on european and/or national themes.

During six months, I saw how a newsroom works, and I was able to closely follow the coverage of the 2019 European Election campaign.

**Key-words:** Journalism; Politic; European Elections, European Elections 2019; Election Campaigns; SIC

## ÍNDICE

<b>DECLARAÇÃO .....</b>	<b>II</b>
<b>AGRADECIMENTOS .....</b>	<b>III</b>
<b>RESUMO .....</b>	<b>IV</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>V</b>
<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>VIII</b>
<b>CAPÍTULO I – A EUROPA .....</b>	<b>12</b>
1.1 - O Parlamento Europeu – Breve génese e história .....	12
1.2 – A participação nas Europeias .....	13
<b>CAPÍTULO II - A TELEVISÃO E AS ELEIÇÕES .....</b>	<b>16</b>
2.1. - Jornalismo Político .....	16
2.2 - O poder dos <i>media</i> : jornalismo televisivo .....	17
2.3 - O Poder do Agendamento .....	18
2.4 - A cobertura das eleições .....	19
2.4.1 - As campanhas eleitorais .....	19
2.4.2 – As sondagens .....	24
2.4.3 – Os comentadores .....	25
<b>CAPÍTULO III - CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA .....</b>	<b>27</b>
3.1 – SIC: 27 anos a mexer consigo .....	27
3.2.1 - A Agenda .....	30
3.2.2 - O “salto” para a Política .....	32
3.2.3 - A entrada no Primeiro Jornal .....	34
3.2.4 - Fins-de-semana .....	36
3.2.5 - Madrugadas .....	36
<b>CAPÍTULO IV - AS ELEIÇÕES EUROPEIAS 2019 NA SIC .....</b>	<b>38</b>
4.1 – Opções metodológicas e <i>corpus</i> de análise .....	38
4.2 – Análise e discussão dos resultados .....	39
4.2.1 – Os debates .....	44
4.2.1.1 - A audiência dos debates – há interesse dos cidadãos? .....	46
4.2.2 - A Campanha Eleitoral .....	48
4.2.2.1. O trabalho dos jornalistas no terreno .....	49
4.2.3 – As Europeias no <i>Jornal da Noite</i> .....	53

4.2.4 - O dia e noite eleitoral.....	58
4.2.4.1 - O voto dos partidos .....	58
4.2.4.2 - A noite eleitoral.....	58
4.2.5 - O dia seguinte às eleições – o rescaldo e o novo parlamento.....	61
4.2.5.1 - O Parlamento Europeu – Antes e Depois .....	64
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>66</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>70</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>74</b>
Entrevista nº1 – Cristina Figueiredo, Editora de Política da SIC .....	74
Entrevista nº2 – Ricardo Costa, Diretor de Informação da SIC .....	81
Declaração de Estágio.....	85

## INTRODUÇÃO

A democracia e a atividade jornalística são dois campos inseparáveis. Da mesma forma que a democracia é o único sistema político capaz de garantir o exercício pleno do jornalismo, também a prática jornalística é um dos garantes fundamentais para a consolidação e preservação da democracia. Neste sentido, os meios de comunicação social assumem uma função importante na formação da opinião pública e no processo eleitoral. Qualquer estudo centrado na democracia é também um estudo de como os meios de comunicação transmitem os assuntos políticos (McNair, 2000).

As eleições despertam o interesse dos *media*, que têm como obrigação e dever fazerem a cobertura deste tipo de eventos, com o intuito de dar informação ao público, contribuindo assim para que este esteja mais informado quando for votar.

Em Portugal, há vários tipos de eleições: Legislativas, Presidenciais, Europeias ou Autárquicas. Neste trabalho, o foco são as Eleições para o Parlamento Europeu, também conhecidas como Eleições Europeias, o que implica obrigatoriamente refletir sobre a Europa, nomeadamente sobre como foi, e como está nos dias de hoje, mas, sobretudo, como vai ficar no futuro. É desta maneira que vamos abordar as eleições, sempre com a Europa e os assuntos europeus presentes, acima de tudo porque Portugal é um estado-membro da União Europeia. A grande questão que se coloca é a de saber em que medida e de que forma os *media* se interessam pela Europa.

Assim, a pergunta de partida que orienta o meu trabalho é a seguinte: “qual o destaque que a Sociedade Independente da Comunicação (SIC) dá às Eleições Europeias?”. Através desta interrogação, surgem outras: como é feita a cobertura da campanha eleitoral?; Há um acompanhamento da cobertura das campanhas europeias?; Qual é o verdadeiro destaque que os assuntos europeus têm nas notícias? Estas são algumas das questões que me proponho a responder, através da experiência de estágio na SIC, com recurso à observação participante e entrevistas (métodos quantitativos), bem como à análise de conteúdos das peças de televisão da campanha eleitoral (método quantitativo).

O principal objetivo com este trabalho é perceber como é que a SIC fez a cobertura das Eleições Europeias 2019. Quero entender como foram organizadas e distribuídas as equipas que andaram a fazer as campanhas eleitorais e, seguidamente, como foi

retratado o dia-a-dia da campanha nos diferentes géneros jornalísticos utilizados pela SIC. Outro dos objetivos é perceber a quantidade de notícias que houve durante a campanha e se existiu ou não destaque aos assuntos europeus, por se tratar de Eleições Europeias.

O *corpus* de análise compreende todos os géneros jornalísticos que são transmitidos no *Jornal da Noite*, na última semana de campanha, ou seja, na semana das eleições. Assim, o período de análise vai desde o dia 20 até ao dia 24 de maio de 2019. O dia anterior às eleições, ou seja, dia 25, não é analisado porque é o dia de reflexão – não há notícias sobre política por ser proibido haver propaganda na véspera e dia de eleições<sup>1</sup>. A única notícia que houve sobre as eleições foi o tradicional apelo ao voto no Presidente da República, que foi a notícia de abertura do *Jornal da Noite* do dia 24.

Considero que este trabalho é uma mais-valia na área das Ciências Sociais porque analisa as Eleições para o Parlamento Europeu, que têm merecido menor atenção por parte dos investigadores e académicos, ao contrário das Legislativas ou das Autárquicas. Além do mais, o presente relatório é benéfico pois, através da experiência durante o estágio, foram retratados importantes momentos da campanha, dando uma visão mais eficaz e enriquecedora, pelo facto de ter acompanhado o dia-a-dia destas eleições com os jornalistas no terreno.

Atualmente, a Europa atravessa momentos de grande tensão e indecisão e, por isso, enfrenta vários problemas. O processo em torno da saída do Reino Unido da União Europeia, o chamado *Brexit*, é um dos mais discutidos e falados nos meios de comunicação social e que pode ter muitas implicações a nível nacional e internacional no futuro. Tudo começou com o referendo de 2016, pedido pelo então Primeiro-Ministro britânico David Cameron. Deste referendo saiu a vontade dos ingleses deixarem de fazer parte da União Europeia. Três anos depois o processo ainda não acabou e tem acarretado muitas discussões nos *media*. Com a data de saída fixada em 31 de outubro de 2019, a verdade é que não há certezas de que o Reino Unido abandone a UE nesta neste dia. Certo é que a controvérsia é permanente e muitas têm sido as notícias que alimentam os meios de comunicação social sobre este assunto.

---

<sup>1</sup> Comissão Nacional de Eleições. [Internet]. Disponível em: <http://www.cne.pt/faq2/100/5> [Consultado em setembro 2019].

Outros temas, como as *fake news* ou a ameaça da extrema-direita na Europa são assuntos aos quais os *media* não têm sido alheios. No que diz respeito a estas questões, verifica-se que o crescimento da extrema-direita em países como a Alemanha, Itália, França ou Hungria é uma preocupação. Portugal é dos poucos países da Europa em que não há representação no Parlamento Europeu de partidos extremistas, ao contrário da maioria dos países europeus.

Também as *fake news* são um verdadeiro desafio nos dias que correm. Em declarações ao *Dinheiro Vivo*<sup>2</sup>, em finais de 2018, vários eurodeputados manifestaram preocupação face ao crescimento das notícias falsas. Para Paulo Rangel, deputado do PSD, a forma “como a manipulação de informação está hoje enraizada” é uma das suas preocupações. O social-democrata salienta que é incrível como “disparates” podem ser “um atentado à democracia”. Na sua visão, o combate às notícias falsas tem de ser feito em duas frentes: a do cibercrime e a proteção de dados dos cidadãos. O deputado defende ainda um maior controlo às grandes empresas, como a Google ou a Microsoft. Carlos Zorrinho, eurodeputado do PS, partilha da mesma opinião, salientando o poder do uso da tecnologia e os seus riscos. “Não é com respostas do passado que se enfrenta esta nova realidade. O desafio exige que pensemos em soluções diferentes e arriscadas, o que exige jogar com as armas do inimigo para que essas armas, eventualmente, acabem”, denota Zorrinho. O eurodeputado socialista é premonitório quanto à contaminação das *fake news* nas Eleições Europeias: “As Eleições Europeias vão sofrer muito com este fenómeno. Vão ser o primeiro teste da vacina”. O político destaca que o avanço destas matérias noticiosas falsas tem de ser rapidamente travado. Para isso, “as pessoas têm de escolher se querem uma sociedade decente com informação de qualidade ou uma sociedade em que andamos todos a enganar-nos uns aos outros, e que mais cedo ou mais tarde será muito infeliz”, remata.<sup>2</sup>

Em 2011, Nuno Goulart Brandão escrevia para o *Jornal de Negócios* que “falarmos da Europa é falarmos da valorização das suas diferentes identidades, seus modos e estilos de vida, mas também da resolução dos seus problemas e necessidades de forma

---

<sup>2</sup> *Dinheiro Vivo*. [Internet]. Disponível em: <https://www.dinheirovivo.pt/economia/fake-news-europeias/> [Consultado em dezembro 2018].

integrada e justa, estimulando as suas múltiplas identidades, culturas e partilhas”<sup>3</sup>. Oito anos volvidos, podemos afirmar que falar da Europa continua a ser falar das identidades das diferentes culturas e de resolver problemas entre estas mesmas culturas. Em suma, o presente relatório vai focar-se nestas questões, numas eleições que são decisivas para a Europa.

O trabalho está dividido em quatro partes. No primeiro capítulo, apresenta-se uma breve história e evolução do Parlamento Europeu, com o objetivo de perceber o seu surgimento, mas também entender as transformações que passou até chegarmos ao Parlamento tal qual como o conhecemos hoje. Ainda neste primeiro capítulo, analiso a evolução da participação nas Eleições Europeias ao longo dos anos.

O segundo capítulo compreende uma parte sobre a relação entre a televisão e as eleições. As campanhas eleitorais, as sondagens e os comentadores são alguns dos tópicos que vão ser alvo de análise.

O terceiro capítulo diz respeito à empresa onde estagiei nos primeiros seis meses de 2019, a Sociedade Independente da Comunicação (SIC). É feita uma breve caracterização do grupo Impresa e do canal SIC, com as principais etapas e atividades desenvolvidas ao longo do estágio, bem como os desafios e dificuldades.

O quarto capítulo compreende o estudo de caso. É apresentado o objeto de estudo, os objetivos do trabalho e também as metodologias que vão ser adotadas na investigação. De seguida, apresentam-se os dados, com a sua consequente análise, tratamento e discussão, num capítulo também de reflexão, fechando o trabalho com um resumo das principais conclusões.

---

<sup>3</sup> *Jornal de Negócios*. [Internet]. Disponível em:

[https://www.jornaldenegocios.pt/opiniao/detalhe/que\\_europa\\_no\\_seacuteculo\\_xxi](https://www.jornaldenegocios.pt/opiniao/detalhe/que_europa_no_seacuteculo_xxi) [Consultado em julho 2019]

## CAPÍTULO I – A EUROPA

### 1.1 - O Parlamento Europeu – Breve génese e história

Depois das duas grandes guerras, foi necessário estabelecer relações pacíficas no continente europeu. Por esse motivo, realizou-se o Congresso de Haia, em maio de 1948. Deste congresso, presidido pelo antigo Primeiro-Ministro britânico Churchill, nasce a ideia de criar um Movimento Europeu, e conseqüentemente a possibilidade da formação de um Parlamento Europeu (PE) (Soares, 1999).

De acordo com o sítio do Parlamento Europeu, na “sequência do estabelecimento da Comunidade Económica Europeia (CEE) e da Comunidade Europeia da Energia Atómica (Euratom), a Assembleia Comum da Comunidade Europeia do Carvão e do Aço (CECA) tornou-se extensiva ao conjunto das três comunidades”. Com 142 membros, a primeira assembleia foi realizada em 19 de março de 1958, em Estrasburgo, intitulada de Assembleia Parlamentar Europeia, vindo mais depois a adotar, em março de 1962, a designação atual de Parlamento Europeu.<sup>4</sup>

Portugal participou pela primeira vez nas Eleições Europeias em junho de 1987, juntamente com a Espanha, depois de ambos terem aderido à Comunidade Europeia um ano antes (Freire, 2005). Contudo, as eleições já se realizavam desde 1979. Em 1978, entrava em vigor a lei que estabelecia a obrigatoriedade do sufrágio direto para o Parlamento Europeu (Freire, 2005).

O Parlamento Europeu é o único órgão da União Europeia em que os representantes são escolhidos através de eleições livres, diretas e universais nos seus Estados-Membros, com os poderes a aumentarem ao longo dos anos (Kevin, 2003). Um primeiro aumento dos poderes orçamentais do Parlamento aconteceu depois da assinatura do Tratado do Luxemburgo, a 22 de abril de 1970. Várias reformas foram feitas para dar a esta instituição uma maior relevância, no que toca às decisões europeias, e, assim, responder a questões levantadas sobre a sua legitimidade democrática, abertura e transparência. De igual modo, é importante salientar que desde

---

<sup>4</sup> Parlamento Europeu. [Internet]. Disponível em:

<https://www.europarl.europa.eu/factsheets/pt/sheet/11/parlamento-europeu-contexto-historico> [consultado em setembro 2019].

a assinatura do Tratado de Amesterdão, em 1997, a instituição parlamentar encontra-se ao nível do Conselho Europeu no que diz respeito à tomada de decisão em várias áreas políticas, incluindo a liberdade de circulação e as políticas sociais (Kevin, 2003).

O hemiciclo europeu é composto por deputados dos 28 estados-membros europeus. Úrsula von der Leyen é a nova Presidente da Comissão Europeia e David Sassoli é o Presidente do Parlamento Europeu, nomes eleitos depois das eleições de maio.

O Parlamento Europeu tem sede em Bruxelas (Bélgica) e Estrasburgo (França) e atualmente é formado pelos seguintes grupos políticos: o Partido Popular Europeu, os Sociais e Democratas, os Verdes/Aliança Livre Europeia, a Esquerda Unitária, a Aliança dos Democratas e Liberais pela Europa, os Conservadores e Reformistas, Europa das Nações e Liberdade, Europa da Liberdade e da Democracia Direta, e, por fim, o grupo dos não filiados.<sup>5</sup>

Pelas informações disponíveis no sítio do Parlamento Europeu (PE), constata-se que o número de deputados de cada país é aproximadamente proporcional à população de cada um. Trata-se de uma proporcionalidade degressiva, ou seja, nenhum país pode ter menos de 6 nem mais de 96 deputados e o número total de deputados não pode exceder 751 (750 mais o Presidente). Os eurodeputados estão agrupados por filiação política e não por nacionalidade.<sup>6</sup>

## **1.2 – A participação nas Europeias**

A participação nas Eleições Europeias tem sido analisada por alguns autores. Um deles é Filipe Nunes que, no artigo *Eleições de segunda ordem em Portugal: o caso das europeias de 2004*, apresenta os motivos para os quais há uma menor participação nas eleições para o Parlamento Europeu. Também Herman Schmitt é um dos autores que estudou o comportamento dos eleitores.

---

<sup>5</sup> Parlamento Europeu. [Internet]. Disponível em <https://www.europarl.europa.eu/portal/pt> [consultado em setembro 2019].

<sup>6</sup> Parlamento Europeu. [Internet]. Disponível em [https://europa.eu/european-union/about-eu/institutions-bodies/european-parliament\\_pt#composi%C3%A7%C3%A3o](https://europa.eu/european-union/about-eu/institutions-bodies/european-parliament_pt#composi%C3%A7%C3%A3o) [consultado em setembro 2019].

Neste sentido, Schmitt (1980) destaca hipóteses que podem explicar o facto de as Eleições Europeias serem consideradas de segunda ordem, isto por causa da sua baixa participação. Para o autor, “uma participação reduzida não é indício de falta de legitimidade: em eleições de segunda ordem deve-se apenas a uma falta característica de politização e mobilização eleitoral” (Schmitt, 1980, p.773).

O autor verificou que, na maioria dos países da União Europeia, houve uma redução da participação eleitoral face às eleições nacionais. As exceções foram apenas a Bélgica, Irlanda e Luxemburgo.

Através deste artigo, Schmitt (1980) percebeu que a identidade social dos cidadãos influencia menos a participação eleitoral nos estados membros pós-comunistas do que em vários países ocidentais; o acesso à informação é mais relevante nas democracias pós-comunistas que nas mais antigas; a participação na campanha não tem grande importância; há uma identificação partidária ou verificou ainda que o ceticismo em relação à UE não ajuda na compreensão eleitoral (Schmitt, 1980). Assim, entende-se claramente que a participação foi menor que nas eleições nacionais e que a abstenção pode ser motivada pelo ceticismo existente em relação à União Europeia.

Sobre o decréscimo de votos nas Europeias, o autor percebeu que isso é um facto em alguns países. O desempenho dos governos nas políticas europeias pode ser um fator explicativo desta realidade. “Se concentrarmos a nossa atenção por um momento nos resultados das eleições para o Parlamento Europeu nos 17 Estados membros que possuem sistemas partidários consolidados ou institucionalizados, constatamos que, aparentemente, o elemento cíclico se apresenta efetivamente mais forte em 2004 do que na maioria das eleições anteriores para aquela instituição” (Marsh, 2005 citado em Schmitt, 2005, p. 779).

Os partidos pequenos obtiveram melhores resultados na maior parte dos Estados membros da UE. Porém em países como a Eslováquia, Lituânia, Estónia e Letónia, o desempenho foi pior. No caso português, concluiu que não houve grande diferença. Assim, “os partidos pequenos não têm sistematicamente um melhor desempenho nas eleições para o Parlamento Europeu dos novos Estados membros da Europa oriental, mais uma vez, ao contrário do que se verifica nos Estados membros ocidentais” (Schmitt, 2005, p.789). O facto de não existir um sistema partidário forte e consolidado nas democracias pós-comunistas pode explicar esta teoria.

Como conclusão, verificou que os níveis de participação estão mais baixos. Para responder à questão “por que razão é que estas mudanças não modificaram a natureza das eleições para o Parlamento Europeu como eleições nacionais de segunda ordem?”, Schmitt (2005) mostra-se preocupado ao mostrar afirmativamente que os cidadãos não têm noção da importância das eleições para o Parlamento Europeu. Como consequências, salienta-se que a natureza de segunda ordem das eleições para o Parlamento Europeu caminha gradual e lentamente para uma mudança.

## CAPÍTULO II - A TELEVISÃO E AS ELEIÇÕES

*Sou um jornalista! Não sou um político. Os políticos são o meu alimento. Construo-os; derrubo-os. Mas nunca seria um. Não poderia ser um – isso destruir-me-ia. Sou a vossa consciência. Sou uma pequena voz que atroa na noite. Sou o vosso cão de guarda que uiva aos lobos. Sou o vosso padre confessor...*

John Ford, 1962

### 2.1. - Jornalismo Político

Ao falarmos de jornalismo político e da relação de simbiose entre jornalismo e política, percebemos que a comunicação é o pilar e o elo de ligação entre ambas. Para Estrela Serrano, há uma grande dependência entre jornalismo e política, uma vez que “o relacionamento entre ambos é condicionado por relações de poder decorrentes da relação que cada um tem com o público” (Serrano, 2006, p.34). O jornalismo político é “subtil e complexo”, decorrendo de uma “apertada interação” entre os jornalistas e os políticos (Serrano, 2006, p.34).

No campo político, a comunicação é permanente ao nível “da socialização, da participação, da elaboração da agenda, da mobilização ou ainda dos conflitos entre forças partidárias” (Salgado, 2007, p.15). Para que as duas resultem, é crucial haver uma comunicação adequada e articulada, quer na política (na forma como são debatidas as decisões), quer no jornalismo (que vai trabalhar e transmitir a informação política aos cidadãos através de um meio de comunicação social, quer seja ele a imprensa, a rádio ou a televisão).

Deste modo, a comunicação política envolve os atores políticos, os *media* e o público, isto porque “a comunicação política não depende apenas do estatuto de quem fala, do conteúdo da comunicação e daqueles a quem ela se destina. Ela encerra tudo isto” (Salgado, 2007, p.18). Uma ideia defendida por Rita Figueiras (2008), que vai ao encontro desta temática, centra-se na “relação entre jornalismo, *media* e democracia” (Figueiras, 2008, p.74). Estes três conceitos, segundo a autora, são fundamentais para perceber o conceito de comunicação política.

## 2.2 - O poder dos *media*: jornalismo televisivo

Numa sociedade marcada pelos avanços tecnológicos, os meios tradicionais de comunicação continuam a ser bastante utilizados. Atualmente, com uma sociedade cada vez mais “telecrática”, a televisão é o meio pelo qual o “público eleitor-espectador” “conhece os candidatos, faz a sua avaliação e estabelece a sua escolha” (Sena, 2007). Uma ideia partilhada por Sartori (2000), que anos antes, afirmava que quem tem poder para dominar os meios mediáticos, em especial a televisão, é que tem hipóteses de ganhar eleições.

A televisão constitui-se como um instrumento para os partidos. “A (falaciosa) limpidez da imagem, a (aparente) referencialidade dos sons, a (ilusória) proximidade das palavras conferem-lhe um poder dificilmente suplantado pelos restantes *media*” (Lopes, 1999). Embora a televisão tenha sofrido diversas transformações, a essência da comunicação política permanece igual: a de comunicar e passar uma mensagem. Como refere Balandier (1999, p.148), “o político não desaparece, muda de forma”.

Falar atualmente no poder dos meios de comunicação social envolve uma série de questões, que nos levam a interrogar: será que os *media* ocupam mesmo um lugar de “quarto poder” – ao lado do legislativo, executivo e judicial – ou tratar-se-á antes de um quarto equívoco ou de uma “quarta fraqueza”? (Mesquita, 2004).

Hoje em dia, os *media*, em especial a televisão e o jornalismo televisivo, enfrentam mais do que nunca vários desafios. Jean-Jacques Jaspers (1998) afirma mesmo que “durante trinta anos (1950-1980), a televisão gozou de um grande capital da confiança mas ela é, hoje, vítima de um preconceito negativo quanto à sua credibilidade” (Jaspers, 1998, p.88). Este autor belga apresenta várias limitações ao jornalismo televisivo, das quais se destacam: o imediatismo da mensagem, a luta pelas audiências, o poder da imagem ou a objetividade do jornalista. Jaspers acrescenta ainda que “a noção de ‘direto’ é muitas vezes uma ilusão de linguagem” e que “o jornalismo televisivo consiste na maior parte das vezes numa intervenção em direto, diante da câmara de um jornalista presente no local onde se desenrola um acontecimento” (Jaspers, 1998, p.65-66). O imediatismo e a pressão do direto, com a vontade de querer dar a notícia rapidamente, levanta alguns problemas, como é o caso do risco da informação não ser completamente fiável e certificada.

O facto de querer dar imediatamente a notícia, aliado à luta pelas audiências cada vez mais cerrada, contribui para que as televisões utilizem as mais diversas formas para prender e cativar a audiência, tornando a informação espetacularizada. Como refere o autor, “a televisão tem a propriedade de transformar qualquer realidade, qualquer conceito ou discurso em espetáculo” (Jespers, 1998, p.68).

Para além disso, o autor salienta que “a escolha das imagens, dos testemunhos e dos comentários pode influenciar negativamente a visão dos factos que será gravada no espírito do público, e por vezes de maneira definitiva” (Jespers, 1998, p.66). Assim, é fundamental ter cuidado com as informações transmitidas, através da imagem ou do discurso, para não gerar dúvidas no telespectador.

A importância da televisão e a sua capacidade de determinar a agenda política fazem com que esta tenha o poder de influenciar os eventos políticos, mais especificamente o horário em que estes se realizam. Isto porque, “os eventos mediáticos são acontecimentos de natureza política que são espetacularizados com o propósito de atrair os *media* e ajustados ao estilo e às exigências dos mesmos (...) não é por acaso que vários eventos políticos tomam lugar poucos minutos depois das 20h, hora tradicional de abertura dos telejornais da noite” (Pereira, 2016, p. 53), como é aqui o caso.

### **2.3 - O Poder do Agendamento**

O conceito de agendamento, introduzido por McCombs e Shaw em 1972, tem sofrido algumas alterações ao longo dos tempos. Estes autores tinham como objetivo “examinar o papel dos *media* na formação e mudança de cognições” (McCombs; Shaw, 1972 citado em Traquina, 2000, p.17). Foram eles que procederam ao conceito formal de agendamento, chegando mesmo a afirmar que os meios de comunicação social desempenharam um papel essencial na opinião dos votantes: “parece que os *media* tiveram um impacto considerável na opinião dos votantes acerca do que consideravam ser os assuntos principais da campanha” (McCombs; Shaw, 1972 citado em Traquina, 2000, p.18).

A relação entre agenda pública e mediática já tinha sido enunciada por Lippmann, em 1922. Contudo, foi Cohen (1963) que chegou à conclusão de que os órgãos de

comunicação social não dizem às pessoas “como pensar, mas sobre o que pensar” (Cohen, 1963, p.17). McCombs (1992) vai mais longe e afirma que as notícias podem influenciar diretamente a opinião pública.

Em 1976, McCombs percebeu que o agendamento não funciona da mesma maneira com todas as pessoas, chegando à conclusão de que o *agenda setting* incide sobre pessoas que procuram obter determinadas informações sobre um assunto. Iyengar e Kinder (1987) (citados em Traquina, 2000) vão mais longe e dizem que “o noticiário televisivo influencia clara e decisivamente as prioridades que as pessoas associam a vários problemas nacionais, e as considerações que têm em conta quando avaliam os líderes políticos ou escolhem entre candidatos a cargos políticos” (1987, p.117).

Numa outra investigação, Weaver, Graber, McCombs e Eyal (1981, citados em Traquina, 2000, p.36-37), revelam que “a luta por uma cobertura mediática favorável determina onde os candidatos farão campanha, que atividades noticiáveis levarão a cabo de modo a conseguir cobertura televisiva, que temas serão acentuados como prováveis atrações mediáticas”. Desta forma, as campanhas são continuamente alteradas e ajustadas de modo a ir ao encontro das necessidades e preferência dos *media*.

## **2.4 - A cobertura das eleições**

### **2.4.1 - As campanhas eleitorais**

As eleições sempre foram um assunto de grande interesse para os *media*. Neste sentido, é natural que, no meio académico, surjam trabalhos que procurem explicar, detalhadamente, as campanhas eleitorais. Na obra *Jornalismo Político em Portugal: A cobertura de eleições presidenciais na imprensa e na televisão (1976-2001)*, Estrela Serrano (2006) analisa as eleições presidenciais, de 1976, as primeiras desde que Portugal vive em democracia, até 2001, as primeiras do século XXI.

Por sua vez, Rita Figueiras em *Os Media e as Eleições: Europeias, Legislativas e Autárquicas de 2009*, traça o percurso destes três tipos de eleições no ano 2009, debruçando-se na forma como os *media* acompanharam estes atos eleitorais.

Apesar destas investigações nos ajudarem a ter uma melhor noção de como é feita a cobertura eleitoral, os trabalhos sobre as Europeias continuam a ser ainda muito escassos.

Mas será que os *media* têm influência no voto das pessoas, através da cobertura das campanhas? Esta é uma pergunta que continua a ser difícil responder. Nas campanhas eleitorais, os órgãos de comunicação social assumem-se como orientadores das decisões políticas dos eleitores, pois são a sua principal fonte de informação (Graber, 1971).

Também Schonbach & Lauf (2002) demonstraram que os *media*, em particular a televisão, contribuem para uma maior participação eleitoral nas Eleições Europeias, especialmente nos cidadãos com níveis baixos de interesse político mas que viram, mesmo que involuntariamente, notícias na televisão sobre as este tipo de eleições. Banducci & Semetko (2003) concluíram, em relação às eleições de 1999, que a visibilidade da campanha das eleições para o Parlamento Europeu nas notícias televisivas influencia positivamente a probabilidade de um indivíduo vir a votar nessas eleições. Em certas condições, como em casos onde se verifica uma elevada abstenção, e por consequência, uma grande necessidade de mobilização, são os meios de comunicação social que podem mesmo influenciar os resultados eleitorais das campanhas políticas (Filmaizer, 2006).

Com a televisão, os partidos, e especialmente os candidatos, têm a noção de que podem atingir diferentes faixas etárias e diferentes cidadãos, pelo facto do público ser muito heterogéneo, é importante que a mensagem seja simples para facilitar a compreensão, a interpretação e a aceitação da mesma (Bennet, 2001).

As campanhas têm como objetivo final fazer chegar a mensagem ao maior número de pessoas, na tentativa de persuadir o público e levá-lo a votar num determinado partido (Salgado, 2007). A autora destaca que a maioria dos estudos que aborda a relação entre televisão e política são centrados na influência dos *media* sobre o público, salientando que “no decurso da campanha eleitoral, os políticos envidam esforços para fazer passar a sua mensagem nos órgãos de informação, transformando o seu discurso em notícia” (Salgado, 2007, p.73). Com isto, a informação política mediatizada é mais eficaz pois sofre alterações e ajustes feitos pelo jornalista. Para além disso, “a mensagem sofre uma seleção e uma hierarquização (*agenda setting*) (Salgado, 2007, p.74).

No que toca à relação entre os jornalistas e os políticos, as necessidades de cada um são diferentes. Por um lado, os políticos precisam de assegurar a legitimidade, dependendo da cooperação dos eleitores. Por outro lado, os jornalistas não necessitam da legitimação do público (Serrano, 2006). Como destaca Estrela Serrano (2006), “os políticos “retiram a sua legitimidade do sufrágio universal, da autoridade das causas que abraçam, do grau de consenso entre os interesses que articulam e da aceitação, por parte do público”, os jornalistas chegam à legitimidade através “da fidelidade a códigos e valores profissionais” (Serrano, 2006, p.93).

Os políticos utilizam os *media* para transmitirem a sua mensagem nos chamados “eventos mediáticos” ou *media events* (Katz, 1994 citado em Salgado, 2007, p.130) caracterizados como “acontecimentos mediáticos transmitidos pelos *media*, mas iniciados por outra entidade que tomou a iniciativa de os organizar com a cobertura mediática em mente”. Exemplo disso, e para tirar maior partido da informação que divulgam, os comícios acontecem, estrategicamente, à hora dos principais blocos informativos, espaços esses com maior audiência. A imagem desempenha um papel fundamental para que a mensagem seja melhor recebida pelo público, uma ideia partilhada por Susana Salgado (2006), que diz que “a mensagem política é, em parte, veiculada pela imagem” (Salgado, 2006, p.131). Aliás, a imagem do político pode ser moldada e beneficiada pela televisão.

Noutro estudo, Salgado (2007) revela que “o sucesso dos candidatos não está relacionado com o maior número de votos, pode significar apenas uma maior visibilidade e credibilidade políticas, fatores que nem sempre determinam o sentido de voto” (Salgado, 2007, p.134). Conclui assim que a televisão é o melhor meio para a transmissão da mensagem, pois chega a um maior número de pessoas e há uma maior recetividade por parte do público.

Rita Figueiras é uma das investigadoras que mais tem analisado as relações entre os *media* e as eleições, em diversos meios de comunicação. Na obra *O comentário político e a política do comentário* (2008), disserta sobre as transformações de que o sistema político tem sido alvo e foca-se no espaço de opinião em diversos formatos. De acordo com a autora, a “relação entre votantes e partidos tornou-se menos estruturada na identificação e compromisso de longo prazo, para estar mais assente em fatores de curto prazo” (Freire *et al.*, 2004 citado em Figueiras, 2008, p.29).

O aparecimento de especialistas na área da política fez com que os atores políticos estivessem melhor preparados para se relacionarem com os *media* (Meyer, 2002; Louw, 2005 citado em Figueiras, 2008).

Também Ana Isabel Martins (2012) analisa a cobertura jornalística que a União Europeia tem nos *media*. As Europeias de 1979 foram o primeiro ato político à escala da UE, com incidência nas estratégias de campanha, na propagação da mensagem e nos conteúdos jornalísticos. Neste sentido, há também investigações que destacam eventos políticos decorrentes na Europa, como é o caso de cimeiras (de Vreese, 2001 citado em Martins, 2012) ou referendos (de Vreese & Semetko, 2004 citado em Martins, 2012).

Relativamente às eleições para o Parlamento Europeu, alguns estudos têm abordado a extensão, natureza e efeitos da sua cobertura mediática (de Vreese, 2001; de Vreese *et al.*, 2006). De igual modo, as campanhas para as Eleições Europeias apresentam um grande desafio para os partidos políticos, em comparação com as Eleições nacionais, na medida em que estas ocorrem num contexto mais difícil, com cidadãos desinteressados e pouco informados bem como uns *media* relativamente comedidos e pouco interessados.

A atenção que os órgãos de comunicação dão à União Europeia mostra diferentes posições sobre a forma como os *media* noticiam questões sobre a Europa. Por um lado, há uma elevada importância que esta instituição tem nos países que a integram (Peter *et al.*, 2003), enquanto os *media* não salientam os temas da União Europeia recorrentemente, havendo apenas alguma visibilidade em eventos como são por exemplo as Eleições Europeias ou assinaturas de tratados (de Vreese, 2001; de Vreese & Boomgaaden, 2006; Norris, 2000).

Se nas primeiras eleições de 1979 para o Parlamento Europeu a cobertura mediática das campanhas foi intensa, dada a sua novidade, nas segundas eleições, em 1984, assim como nas restantes, as campanhas deixaram de constituir um evento interessante para os *media* (Leroy & Siune, 1994). Vários estudos têm abordado a extensão, natureza e efeitos da sua cobertura mediática (de Vreese, 2001; de Vreese *et al.*, 2006; Berganza, 2008; 2009). Estes estudos indicam que as campanhas para as Eleições Europeias apresentam um grande desafio para os partidos políticos, em comparação com as eleições nacionais.

No estudo comparativo desenvolvido por de Vreese sobre a cobertura noticiosa feita pela televisão dos momentos cruciais da União Europeia, verificou-se que a Europa era apenas “marginalmente visível” antes deste tipo de eleições e que desaparecia quase por completo depois de um pico de intensidade (de Vreese, 2001, p.298). As Eleições Europeias são vistas como eleições de segunda ordem porque, de acordo com Reif e Schmitt (1980), nestas há menos em jogo, isto é, não está em causa a formação do governo nacional e nas quais, portanto, os eleitores podem mais facilmente “votar com o coração” ou “dar cartões amarelos” ao governo (Reif; Schmitt, 1980, p.9). Segundo estes autores, é expectável que a abstenção seja, assim, mais elevada nestas eleições, que os pequenos partidos sejam mais beneficiados e os grandes sejam “castigados”. Será que é mesmo assim?

As campanhas modernas são disputadas especialmente nos *media*, com as notícias e as publicidades políticas a constituírem o principal contacto entre políticos e eleitores (Norris *et al.*, 1999).

No artigo *As eleições europeias de 2009 na imprensa portuguesa: das rotinas em Bruxelas à cobertura jornalística*, Martins (2012) analisa a presença de assuntos europeus em termos de “visibilidade, tom e ângulo” (Martins, 2012, p.74). Na imprensa, nos anos 90, a presença deste tipo de temas cresceu gradualmente, nomeadamente em diversas secções de jornais (Kevin, 2003, p.126, citado em Martins, 2012). Contudo, de acordo com de Vreese et al. (2001) citado em Martins (2012), a maior parte dos estudos afirma que a visibilidade da UE nos *media* tem tendência a ser reduzida. Para além disso, o tom das peças tende a ser na sua maioria negativo (Norris, 2000). No que toca às campanhas, “a campanha concentra-se nas listas e são os partidos a mover as peças no tabuleiro português” (Martins, 2012, p.81), afirma uma correspondente entrevistada pela investigadora.

A autora conclui que a agenda mediática foi centrada nas Europeias de 2009, sobretudo no dia da votação, caindo abruptamente dois dias depois destas. Para além disso, a presença de assuntos europeus rotineiros decorrem à margem da campanha eleitoral. Destaca ainda a acrescente amplitude que estes ganharam no dia-a-dia. A maior parte das peças foram redigidas por jornalistas nas redações nacionais, enquanto os correspondentes assinaram poucas notícias, existindo uma “nacionalização” das peças. Um correspondente revela à autora que “as eleições chamam-se Europeias mas, em termos políticos e jornalísticos, desenrolam-se nas capitais” (Martins, 2012, p.90).

Há, portanto, como evidenciam investigações anteriores, uma “europeização crescente” (Martins, 2012, p.90).

#### **2.4.2 – As sondagens**

As sondagens constituem um elemento importante nos processos eleitorais, no que toca à criação de uma ideia sobre os candidatos, bem como mostram a tendência de voto dos cidadãos. Paula do Espírito Santo é uma das investigadoras que analisou o surgimento e as condicionantes das sondagens. Para Espírito Santo (2008), “as sondagens à opinião pública constituem um dos ingredientes fundamentais à auscultação do estado do sistema político e da relação entre governantes e governados e, consequentemente, constituem um importante reflexo do Estado da Nação” (Santo, 2008, p.154).

Evidencia ainda a importância crucial que os meios de comunicação social têm neste processo, afirmando que “constituem um elemento-chave nas pontes e na relação que pode estabelecer-se entre a opinião pública e o conhecimento desta acerca da sua própria relação de identificação com os motivos motores do sistema político” (Santo, 2008, p.154). Apoiada noutros autores, Espírito Santo analisa sobretudo o destaque das sondagens na televisão. As televisões divulgam sondagens com objetivo de criar uma reflexão nos cidadãos, mas também o exercício crítico sobre o estado da democracia (Santo, 2008). Até aos finais dos anos 70 do século XX, Portugal dispunha de poucas empresas dedicadas à realização de sondagens políticas. Porém, em 2007, o valor rondava as 20 empresas (Santo, 2008). Foi só em janeiro de 1973 que o primeiro jornal impresso, neste caso o *Expresso*, publicou um artigo sobre esta matéria (Santo, 2008). A RTP1 foi a televisão pioneira nos estudos de opinião, isto porque as primeiras sondagens eleitorais apareceram em 1979. O surgimento das televisões privadas nos anos 90 contribuiu para que a realização de sondagens políticas aumentasse. A SIC, logo desde o seu aparecimento em 1992, encomendou sondagens a várias empresas, seguindo-se, mais tarde, a TVI (Santo, 2008).

Contudo, e embora hoje em dia os meios que fazem o apuramento de dados para fins estatísticos sejam em maior quantidade e melhorados, a validade deste tipo de estudos não é clara e não se podem retirar conclusões sobre a sua validade, uma vez que

a amostra é muitas vezes reduzida. Esta ideia foi apoiada por Estrela Serrano (2006), que questiona a validade das sondagens e as suas condicionantes.

### **2.4.3 – Os comentadores**

Atualmente, os *media* procuram o “espetáculo mediático”, em que as polémicas em torno da política são sempre destacadas pelos comentadores e analistas. A crítica é um espaço de relevo para acentuar essa polémica, pelo que o meio ideal para tal é o televisivo (Serrano, 2006).

Os espaços de comentário focam-se essencialmente na análise dos acontecimentos mais relevantes e hipotéticos cenários. Como afirma Serrano (2006), “indiferentes ao grau de veracidade da matéria noticiada, editorialistas e comentadores vão traçando cenários, poucos se interrogando sobre as consequências e o significado mais profundo das estratégias que orientam tão intenso fluxo de desinformação” (Serrano, 2006, p.45). Estrela Serrano tem vários trabalhos publicados sobre a cobertura de eleições, na imprensa e na televisão. A representação das campanhas eleitorais é predominantemente marcada pelo “jogo” entre os candidatos (Serrano, 2006, p.93). Não são só as notícias que podem influenciar os eleitores, também a opinião dos comentadores e analistas políticos. A autora afirma que estes adotam um discurso enquadrado no estilo linguístico dos próprios atores políticos e jornalistas. A aceitação do público face a essas opiniões pode constituir uma explicação para que os comentadores adotem essa postura.

Independentemente da explicação, constata-se que o comentário das eleições constitui um “jogo de estratégias e táticas para a conquista do poder, pelo poder” (Serrano, 2006, p.94). A autora afirma também que os comentários sobre as eleições na televisão são “um mau exemplo, na medida em que restringem o pluralismo do comentário político ao campo político-partidário” (Serrano, 2006, p.97). Contudo, o espaço opinativo também tem as suas vantagens. Uma vez que a maioria dos géneros jornalísticos são essencialmente factuais e objetivos, como a notícia e a reportagem, o comentário apresenta uma alternativa. “A opinião constitui a livre expressão de pontos de vista, distinguindo-se dos conteúdos estritamente noticiosos sobre os quais se exerce a função dos provedores” (Serrano, 2006, p.97).

Os desafios em torno da cobertura mediática das campanhas podem ser também reflexo de uma cada vez maior presença de atritos nas próprias campanhas partidárias. Segundo Ansolabehere *et al.* (1994, p.29), as campanhas começaram a tornar-se cada vez mais “feias” e “hostis”, sendo que na maior parte das vezes, os candidatos “criticam, desacreditam, ou rebaixam os seus oponentes em vez de promoverem as suas próprias ideias e programas” (Ansolabehere *et al.*, 1994, p.829). Referem também dois motivos que levam a um aumento de conflito nas campanhas políticas. O primeiro está relacionado com uma estratégia dos próprios partidos políticos para tornarem as campanhas mais apelativas aos cidadãos mais desligados e com uma visão negativa do processo político (Ansolabehere & Iyengar, 1995). Desta forma, os candidatos procuram mobilizar os indivíduos mais descontentes e desligados da política, na medida em que estes tendem a identificar-se mais com o discurso político negativo e conflituoso.

## CAPÍTULO III - CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

*Do que fiz na vida, colocaria como fio condutor e como objetivo cimeiro, exercido e conseguido de diversas maneiras, consoante as épocas e as responsabilidades, a luta pela liberdade de expressão em geral e, em especial, pelo direito a informar e a ser informado.*

*Francisco Pinto Balsemão, Presidente Cons. Admin. Impresa*

### 3.1 – SIC: 27 anos a mexer consigo

“Era outubro despertei, era dia e gostei...” assim começa a história, e o hino, da Sociedade Independente de Comunicação (SIC), fundada em 6 de outubro de 1992, por Francisco Pinto Balsemão. Estava dado o primeiro passo para o nascimento da televisão privada em Portugal. Agora com 26 anos, a história ganhou outros contornos, com a estação a passar por sucessivas transformações.

Alberta Marques Fernandes foi o rosto que deu o arranque inicial da emissão, por volta das quatro da tarde daquele dia, “tornando-se um contributo para a pluralidade e independência da informação”.<sup>7</sup> A informação é, aliás, uma das imagens de marca do canal, “aliada à independência, rigor, qualidade e irreverência que caracterizam o estilo SIC”.<sup>4</sup>

A RTP esteve na liderança das audiências no horário nobre até 1995, uma liderança que se justificava pela “força do hábito” e não pela qualidade, uma vez que “a hierarquização da informação da RTP ainda era como antes do 25 de abril – a primeira notícia era do Presidente da República, a segunda notícia tinha de ser a notícia do Primeiro-ministro, a terceira tinha de ser do Ministro dos Negócios Estrangeiros. O alinhamento da SIC era construído a partir de critérios jornalísticos” (Figueira, 2009, p.125), defendeu o então diretor da época, Emídio Rangel.

A evolução da audiência da SIC nos primeiros tempos é notória, isto porque “a estação atingia a liderança do mercado em escassos três anos após o seu arranque, com 41,4% de share” (Santos, 2010, p.92). O segredo do sucesso estava na programação, com uma “grelha diversificada em informação, reportagem, documentário, infantis,

---

<sup>7</sup> Grupo Impresa. [Internet]. Disponível em: <https://www.impresa.pt/pt/apresentacao-do-grupo/as-nossas-marcas/2013-11-07-SIC> [Consultado em julho 2019].

juvenis, séries, comédias, cinema e entretenimento popular do canal privado” (Lopes, 1995 citado em Santos, 2010). Pouco tempo depois, a SIC atingia a liderança diária. E foi assim até José Eduardo Moniz assumir o comando do quarto canal (designação da TVI nos primeiros tempos), em 1998, onde esteve até agosto de 2009.<sup>8</sup>

O ano de 2019 determina uma viragem para a SIC. Depois de quase 13 anos de liderança consecutiva da TVI, a SIC passa para a dianteira das audiências. A estação começou a liderar as audiências mensalmente a partir de fevereiro de 2019.<sup>9</sup> Uma reviravolta impensável para quem olhava para as audiências até há não muitos meses atrás porque a TVI detinha o monopólio das audiências com uma grande diferença em relação à estação de Paço de Arcos.

Até ao momento (outubro 2019), a SIC mantém-se líder na maior parte dos horários e no total diário.<sup>10</sup> Uma liderança que se deveu sobretudo às mudanças na direção do canal. A partir de junho de 2018, Gabriela Sobral deixa o cargo de diretora de Programas da SIC, e sucede-lhe Daniel Oliveira.

Poucos meses depois, a estação anuncia a contratação da apresentadora mais mediática da TVI, Cristina Ferreira, uma transferência equivalente à compra do *Big Brother* pela estação de Queluz de Baixo. Do meu ponto de vista, o atual sucesso da SIC deve-se muito a esta contratação.

Na viragem do século, a estação de Pinto Balsemão lançou o primeiro canal por cabo, *SIC Gold*, entretanto extinto, e a ele seguiram-se outros sete canais temáticos em Portugal, entre os quais destacamos a *SIC Notícias*.

“Bom dia são 7 da manhã. Está no ar a SIC Notícias. 24 horas por dia, em direto e em português”. Foi pela voz do jornalista Pedro Mourinho que nascia, pela primeira vez em Portugal, um canal de informação. A SIC Notícias “abriu as portas” a 8 de janeiro de

---

<sup>8</sup> Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa. [Internet]. Disponível em <http://alumni.letras.ulisboa.pt/memorias-vivas/biografias/decada-70?id=629> [consultado em outubro 2019].

<sup>9</sup> *Público*. [Internet]. Disponível em: <https://www.publico.pt/2019/03/01/sociedade/noticia/sic-bate-audiencias-tvi-cristina-ferreira-1863843> [consultado em junho 2019].

<sup>10</sup> *Meios e Publicidade*. [Internet]. Disponível em: <https://www.meiosepublicidade.pt/2019/09/agosto-evoluiram-as-audiencias-mes-estreias-na-sic-na-rtp-canal-11-na-28-posicao/> [consultado em setembro 2019].

2001, obrigando mais tarde a concorrência a criar canais especializados. O canal era inicialmente transmitido 24 horas por dia, mas atualmente só funciona em direto das 6 às 2 da manhã. Esta decisão deve-se sobretudo à falta de recursos humanos e financeiros para uma audiência significativamente baixa àquela hora que não justificava ter a emissão em contínuo.

Na redação encontram-se todos os profissionais da SIC e da SIC Notícias. Os jornalistas do canal de notícias são responsáveis por “alimentar” a antena das seis da manhã até sensivelmente à uma hora da manhã. Contudo, nem sempre assim foi porque, como referimos anteriormente, a SIC Notícias já teve a emissão 24 horas por dia, 7 dias por semana.

Muitos dos profissionais, embora tenham uma secção específica, acabam por trabalhar para outras áreas às quais não pertencem. Por exemplo, um jornalista que fez uma reportagem para o *Primeiro Jornal* poderá fazer, caso se justifique, uma nova versão para o *Jornal da Noite*. Um sinal de que os recursos são cada vez mais escassos, algo que é cada vez mais notório nos meios de comunicação social em Portugal e que pude constatar através do estágio.

Depois de 26 anos na Estrada da Outurela, em Carnaxide, a 27 de janeiro de 2019, a SIC muda de instalações. A Rua Calvet de Magalhães, em Paço de Arcos, é agora o local onde a estação tem as suas instalações, juntando-se assim às restantes marcas do Grupo Impresa. Esta foi uma mudança histórica para a empresa e para o grupo que acompanhei de perto.

Na redação da empresa, agora conjunta com o *Expresso*, existem seis editorias: Política, Economia, Sociedade, Internacional, Desporto e Cultura, às quais se juntam as secções do *Primeiro Jornal* e do *Jornal da Noite*. A maioria dos jornalistas têm a dupla tarefa de ir ao terreno realizar um serviço e, depois na redação, fazerem a reportagem. Por outro lado, quando a informação é importante e urgente, o repórter de imagem envia o material para a redação e é outro jornalista que vai fazer a reportagem para ser depois transmitida no jornal.

O Diretor de Informação da SIC é o Ricardo Costa e o sub-diretor o José Gomes Ferreira. São diretores-adjuntos o Bernardo Ferrão, a Marta Brito dos Reis e o Pedro Cruz.

## **3.2 - O estágio na SIC**

Era dia 9 de janeiro de 2019 quando entrei pela primeira vez como estagiário na SIC, em Carnaxide. A oportunidade de estagiar foi sempre um dos meus objetivos desde que vim fazer o mestrado em Jornalismo para Lisboa. Sabia que era na capital que estavam todas as oportunidades. O objetivo principal seria agarrá-las. Desta forma, trabalhar num canal de televisão era também um desejo antigo. Assim, a SIC foi a primeira opção para estagiar, por ser o meio de comunicação televisivo que considero ter um jornalismo mais isento e rigoroso. Nesta casa, destacam-se alguns profissionais que acompanho há vários anos e que para mim são uma referência num mundo do jornalismo. Para além do mais, é a televisão que acompanho com mais frequência, o que à partida me daria mais entusiasmo para desempenhar as tarefas ao longo do estágio.

Tive a notícia de que ia estagiar na SIC em setembro de 2018, sensivelmente quatro meses antes de começar. Nessa altura já sabia que a estação ia mudar-se para Paço de Arcos no fim de janeiro de 2019 e juntar-se ao edifício Impresa. Com isto, a partir do momento que entrei pelas portas da “velha” SIC, tinha a noção de que estava a fazer parte da história do canal por ter a oportunidade de acompanhar os últimos tempos no sítio onde a empresa sempre esteve e funcionou, bem como acompanhar a transição para a nova sede. Foram momentos únicos que me ajudaram a perceber como era o trabalho de muitos daqueles profissionais que ali estão desde a sua fundação e que agora teriam de ir para um espaço novo e desconhecido.

### **3.2.1 - A Agenda**

Foi na Agenda da SIC que dei os primeiros passos. Para além desta secção, havia a hipótese de ir para o *Opinião Pública* ou o *Online*, mas foi-me atribuída esta área, num processo de distribuição de estagiários pelas diferentes secções que apenas diz respeito à empresa.

A principal função da agenda, como o próprio nome indica, é a de registar informaticamente as informações mais relevantes e que podem ser alvo de cobertura, e por consequência, o agendamento de serviços. A seleção dos serviços é feita através de uma reunião com os editores de cada editoria, por volta das 15h, onde se escolhem os assuntos que vão ser feitos no dia seguinte.

Logo no primeiro dia foi-me explicada a importância dos estagiários na Agenda e a dinâmica de trabalho. Sendo nós parte da equipa a partir do momento em que ali entramos, nesta secção a rapidez é crucial para conseguir fazer face à enorme quantidade de trabalho.

Foi aqui que tive o primeiro contacto com o tema das Europeias. Os cabeças-de-lista dos principais partidos já andavam em pré-campanha desde o início do ano, mas foi-me dito que só se agendavam as ações em que estivesse presente o líder partidário, porque o serviço era marcado por causa do líder. Os casos que recebíamos só com os cabeças-de-lista eram enviados para a editora de Política, Cristina Figueiredo, que depois decidia se havia alguma ação de campanha que valesse a pena ser alvo de cobertura noticiosa. Os cabeças-de-lista ao Parlamento Europeu só passaram a ser agendados individualmente quando começou a campanha oficial. Nessa altura, a agenda tinha mais uma secção, intitulada “Europeias”, onde eram colocados todos os serviços de agenda dos cabeças-de-lista.

Para além do agendamento, a atividade desenvolvida na secção implicava também o atendimento de telefonemas que nos chegavam, acima de tudo sugestões de reportagens. A maioria delas verifiquei que não tinham conteúdo, mas pedia sempre que mandassem um *email* com a ideia. Contudo, algumas chegaram a ser encaminhadas para a secção que analisa e investiga as histórias que podem ter interesse. Confesso que esta tarefa é muito desgastante porque o trabalho é praticamente interminável e “apanhei” uma fase com inúmeras greves e manifestações por todo o país. O cansaço era, portanto, frequente, pois não tínhamos hora de saída fixa e o trabalho era constante.

Esta secção foca-se essencialmente nas duas agendas da agência Lusa que chegam duas vezes por dia: a primeira às 15h e a segunda por volta das 20h. Cada ficha que era feita através de uma informação que vinha da Lusa tinha de ter um © (Confirmar) pois não era uma informação considerada correta e necessitava de confirmação. Os casos mais recorrentes nestas situações era o de membros do governo ou outros ligados à política nacional. Para não desperdiçar meios e tempo (e consequentemente dinheiro) era assim necessário confirmar este tipo de informações que chegavam.

Cada dia da Agenda está dividido em várias secções, entre elas: Efemérides, Sociedade (onde estão incluídas os temas de Saúde, Educação, Justiça, etc.), Parlamento, Política, Economia, Desporto e uma área intitulada Porto (em que todos os

assuntos na zona do envolvente do Porto tinham de ser colocados nesta secção, pois era a equipa de lá que ia fazer esses serviços).

As grandes dificuldades nesta secção centram-se na pressão e na enchente de trabalho que é recorrente, criando por vezes muito *stress* para quem não está habituado às rotinas. Por sua vez, considero que esta é uma área crucial para um estagiário iniciar o seu percurso, isto porque estamos permanentemente a trabalhar a escrita. Além do mais, o atendimento dos telefones cria, ou desenvolve em muitos casos, capacidades de comunicação que mais tarde vão ser muito úteis na profissão.

Atualmente, esta área funciona com quatro pessoas e dois estagiários, que vão rodando a cada dois meses. Não fui exceção e ao fim de dois meses naquele local, passei para a editoria de Política.

### **3.2.2 - O “salto” para a Política**

Comecei na editoria de Política da SIC no dia 11 de março. Esta secção é chefiada pela Cristina Figueiredo desde 2018, que veio do *Expresso* para ocupar o lugar do anterior editor, Pedro Benevides. A equipa é constituída por oito jornalistas. Metade estão maioritariamente na redação e os outros passam a maior parte do tempo no Parlamento, a acompanhar os debates quinzenais e as comissões de inquérito. No primeiro lote incluem-se os jornalistas José Manuel Mestre, Ana Geraldês, Débora Henriques e Inês de Oliveira Martins. A equipa da Assembleia da República é composta pela Anabela Neves, Hugo Maduro, Inês Timóteo e Patrícia Bentes. A maior parte destes jornalistas já estão na empresa há largos anos. Ter a oportunidade de saber como cada um deles trabalha e absorver os conhecimentos de todos eles foi fundamental. Ao longo de três meses, acompanhei-os em muitos serviços, a maior parte deles com a jornalista Ana Geraldês, que muito me ensinou e ajudou, com o seu máximo profissionalismo, aliado à simpatia e boa vontade que lhe são características.

O trimestre em que estive neste local foi passado muitas vezes na redação ou em serviços, quer seja a acompanhar jornalistas, quer seja a trabalhar autonomamente. No primeiro dia, fiquei na redação para aprender a mexer no programa de edição (Hive). No segundo, e com vontade de aprender, pedi à minha editora para acompanhar um jornalista num serviço. Fui com a Ana Geraldês até Alpiarça, distrito de Santarém, onde

iria estar o Presidente da República para visitar a Casa dos Patudos. Foi uma tarde alucinante pois era a primeira aparição de Marcelo depois de uma visita de estado à China, pelo que a receção da população ribatejana foi muito calorosa. Tão calorosa que o Presidente demorou cerca de uma hora a “distribuir afetos” até chegar ao local em que ia falar. Ao terceiro dia saí sozinho. Fui a uma conferência de imprensa do Partido Comunista Português (PCP) sobre medidas que os comunistas queriam ver implementadas na área dos transportes públicos. O nervosismo por sair no primeiro serviço sem nenhum jornalista era imenso e o medo de falhar tomava conta de mim. Porém, falei com alguns jornalistas que me tranquilizaram e deram alguns conselhos. Depois do breve serviço e de tirar notas sobre a conferência, reportei o assunto à Cristina que me pediu que cortasse um *Talking-Head*<sup>11</sup> (TH) para a SIC Notícias. Assim o fiz, tal como depois em muitos outros serviços que fui fazer, em que “cortava” *TH's* e realizava *OFF's*<sup>12</sup>.

Depois deste serviço, muitos outros se seguiram. Foram raros os dias em que não tinha algo marcado. Ter a confiança da minha editora foi um dos passos essenciais, e que me deixou muito entusiasmado. Com a minha iniciativa e força de vontade fui fazendo serviços diariamente, e alguns muito diferentes, o que considero que me permitiu crescer e aprender cada vez mais a lidar com diversas situações.

Ao longo do estágio, fiz a cobertura das ações de campanha de todos os partidos com assento parlamentar, desde os maiores aos mais pequenos, desde ações com pessoas menos conhecidas do partido até aos respetivos líderes.

Durante o período que estive na secção de Política, entre março e abril, os principais partidos tiveram diversas iniciativas em que apresentaram os candidatos ao Parlamento Europeu. Estes foram serviços que acompanhei. Recordo-me em particular do primeiro, ocorrido poucos dias depois de entrar na editoria de Política, em que tive a oportunidade de participar na cobertura da apresentação da lista da CDU ao Parlamento Europeu.

Na semana seguinte tive a oportunidade de ter um contacto direto com uma das listas candidatas, num serviço que fui fazer sozinho. Tratava-se da apresentação da coligação Chega (apoiada pelos Partido Popular Monárquico, Partido Cidadania e Democracia Cristã e os movimentos Chega e Democracia 21), que mais tarde, por

---

<sup>11</sup> Vivo/declaração de uma ou mais pessoas, com cerca de 30 segundos, sobre um determinado tema.

<sup>12</sup> Texto que é lido pelo *pivot*, acompanhado por imagens que ilustram o que está a dizer.

chumbo do Tribunal Constitucional, adotou a designação BASTA! Desta apresentação de candidatos, resultou um *TH* para a SIC Notícias.

De todos os serviços que me eram marcados, a maior parte deles tinha como objetivo selecionar a declaração principal para depois passar na SIC Notícias e/ou ser utilizado na peça de um jornalista para o *Jornal da Noite*. Ou seja, neste local não tinha a tarefa de produzir uma peça sobre determinado serviço. Contudo, por iniciativa própria, realizava sempre a minha versão da peça para treinar a escrita, a voz e a edição de vídeo e áudio. Seguidamente, mostrava à responsável pela secção de Política e a alguns jornalistas da equipa, para ter um *feedback* e, assim, melhorar algumas coisas que não estivesse tão bem.

Nesta editoria tive também a oportunidade de pôr em prática os conhecimentos aprendidos na Agenda. Isto porque no início de maio, a Cristina Figueiredo pediu-me para ligar para os partidos mais pequenos ou tentar ver na internet a agenda dos mesmos, na tentativa de reunir informação sobre as ações de campanha que estes tinham previstas. O objetivo era reunir um documento com todas as iniciativas agendadas por estes partidos, para depois a editora escolher aqueles que lhe pareciam mais interessantes para serem alvo de cobertura televisiva. Assim, contactei com os assessores para ter estas informações. No documento, foi colocada toda a atividade de campanha destes partidos (com dia, hora, local e breve descrição da ação). Algumas destas ações foram depois alvo de cobertura.

### **3.2.3 - A entrada no *Primeiro Jornal***

Quando comecei o estágio tinha como objetivo passar obrigatoriamente pela editoria de Política, dada a natureza do meu trabalho e o meu elevado interesse nesta área. Porém, havia a dúvida de permanecer nesta editoria até ao término do estágio ou ir para um jornal - *Primeiro Jornal* ou *Jornal da Noite* - depois das Eleições Europeias. Uma vez que a redação entrou em regime de *Pool* a partir de junho (altura em que as editorias estão em pausa por causa do verão), os estagiários foram distribuídos entre os dois jornais. Fui colocado no jornal da hora de almoço.

Entrei para o *Primeiro Jornal* no dia 3 de junho. Esta secção é coordenada pelo André Antunes e a apresentação do bloco informativo está entregue ao Bento

Rodrigues. Foi aqui que pude pôr em prática as técnicas de jornalismo aprendidas na faculdade e ter um trabalho mais árduo e de aprendizagem constante. As diferenças entre fazer parte de uma editoria e de um bloco noticioso são evidentes. Uma editoria trabalha somente nos temas que dizem respeito àquela área e foca-se sobretudo em realizar reportagens para o principal bloco informativo, o *Jornal da Noite*. Por sua vez, pelo facto do *Primeiro Jornal* (onde estive) ser um jornal muito extenso (vai na maior parte dos dias até às 14h45), este necessita de ser alimentado com muitas notícias e, com isto, é um espaço em que há um maior fluxo de trabalho e de pressão.

Mas foi nesta secção que ganhei mais prática e autonomia. Fazia peças particularmente todos os dias e quando não tinha nenhum serviço marcado (o que era raro) tentava ver que notícias não estavam no alinhamento e que poderiam ser importantes. Assim, sempre que encontrava alguma que achasse relevante, sugeria ao meu coordenador. Algumas vezes, dada a complexidade das peças ou o facto de o serviço não estar terminado antes/durante o *Primeiro Jornal*, fez com que a peça fosse transmitida no dia seguinte. Todavia, foram raras as vezes em que isso aconteceu.

Os serviços realizados pelos estagiários neste espaço são muitas vezes *fait-divers* ou serviços “mais leves” (como é o caso das previsões meteorológicas ou o *jackpot* do Euromilhões). Mas nem sempre era assim. Pelo menos da minha parte, tive oportunidade de cobrir greves, plenários, programas eleitorais, etc. A verdade é que todos os serviços foram úteis para aprender e lidar com situações inesperadas que fogem ao nosso controlo e que temos de solucionar rapidamente.

Uma das grandes dificuldades com que me debati foi ter de encontrar alguém disponível para me corrigir a peça, e, posteriormente, gravar a voz, uma vez que os estagiários não podem sonorizar. Esta regra não era respeitada e cumprida por todos, o que não garantia uma igualdade entre os estagiários. Durante o período de estágio, não sonorizei nenhuma peça por saber que não estava em condições de executar esse trabalho convenientemente, pois tenho a noção de que este é um processo contínuo de evolução e trabalho, havendo ainda muitos aspetos a melhorar. Porém, tentava sempre gravar as peças com a minha voz para treinar e mostrava depois a alguns jornalistas, que me davam dicas de como melhorar. Considero que ao longo do tempo evoluí e pude aprender técnicas de dicção e entoação, fundamentais para quem trabalha no meio televisivo.

### **3.2.4 - Fins-de-semana**

Ao longo do estágio tive de fazer dois fins-de-semana. O volume de trabalho é muito menor, e, por isso, o número de jornalistas na redação também é reduzido. No primeiro fim-de-semana em que estive de serviço, em abril, não me foi dado trabalho no sábado, pelo que foi um dia difícil, isto porque pior que ter muito para fazer é não ter nada para fazer. Porém, no domingo, realizei um *OFF* para o *Primeiro Jornal* sobre a subida do preço dos combustíveis. Nesse dia, tinha também um serviço marcado com a coordenadora do Bloco de Esquerda, Catarina Martins, juntamente com a cabeça-de-lista às Europeias, Marisa Matias. Ambas estavam num encontro com jovens bloquistas. O foco ali, como ainda não estávamos em campanha, era a líder do BE, pelo que a peça que fiz foi unicamente centrada no discurso de Catarina Martins.

O segundo fim-de-semana em que estive de serviço foi de 8 a 10 de junho, coincidindo com o feriado do Dia de Portugal. Nesse período, fiz uma peça diária para o *Primeiro Jornal*: uma sobre um relatório relacionada com a corrupção (emitida no dia 8 de junho, outra sobre a descida do preço dos combustíveis (no dia 9 de junho) e, finalmente, outra sobre uma homenagem a ex-combatentes que lutaram em África, numa cerimónia que assisti, realizada em Belém. Assim, o segundo fim-de-semana foi muito mais útil e enriquecedor, pelo facto de já ter mais experiência e à vontade que no primeiro, o que foi mais fácil para mim, pois o trabalho final foi feito com mais rapidez e eficácia.

### **3.2.5 - Madrugadas**

Todos os estagiários têm de fazer uma semana de madrugadas ao longo do estágio. A minha foi no meio de março. Esta semana consiste em estar de piquete na redação com um repórter de imagem, entre a meia-noite e as seis da manhã.

Foi, sem dúvida, a semana do estágio mais monótona e difícil para mim. Em primeiro lugar porque sou uma pessoa que gosta de trabalhar durante o dia e esta semana modificou-me os horários. Depois porque a redação está vazia, não há

movimento praticamente nenhum entre as duas e as quatro da manhã, altura em que chega o coordenador da *Edição da Manhã*.

Uma das lacunas deste horário prende-se com a falta de profissionais da redação. Durante a madrugada, há apenas um operador de câmara responsável, o que torna difícil caso aconteça alguma coisa durante a noite e seja preciso sair da redação. A juntar a isto, não recebemos qualquer instrução sobre o que fazer neste período, sendo a informação transmitida pelo estagiário anterior ou, em caso de alguma dúvida minha, por alguém que estava na *Newsdesk*.<sup>13</sup>

E se antes com a emissão da SIC Notícias em contínuo havia a possibilidade de trabalhar e de ter a ajuda dos jornalistas e coordenadores, agora isso é impossível porque a redação fica vazia a partir da uma e meia da manhã. Foi, assim, uma semana ingrata, pois não havia trabalho. O que fiz foi por iniciativa própria, através dos *feeds*<sup>14</sup> que iam chegando, e que depois expunha ao coordenador da manhã. Depois, ele decidia se era importante ou não, e consequentemente, se passava em antena. Tratava-se sempre de *OFF*'s e *TH*'s. Nunca fiz peças neste período de madrugadas e nunca saí para nenhum serviço.

---

<sup>13</sup> Local da redação em que estão os produtores.

<sup>14</sup> Notícias que chegam através das agências internacionais, sob a forma de texto e vídeo.

## CAPÍTULO IV - AS ELEIÇÕES EUROPEIAS 2019 NA SIC

### 4.1 – Opções metodológicas e *corpus* de análise

A cobertura das Eleições Europeias é o foco do trabalho. O principal objetivo é perceber o destaque que foi dado a estas eleições e como foi feita a cobertura das mesmas. Neste relatório foram utilizados métodos quantitativos (como é o caso da análise de conteúdo) e métodos qualitativos (como entrevistas e observação participante).

A análise de conteúdo é uma técnica inserida na metodologia das ciências sociais, com importância particular na aplicação a estudos da área da comunicação, da sociologia, da ciência política, da psicologia, entre outras. A noção mais reconhecida deste tipo de análise é a de Berelson (1952), na sua obra de referência *Content Analysis in Communication Research*, em que sistematiza o conceito: “A análise de conteúdo é uma técnica de investigação que procura uma descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto a comunicação” (Berelson, 1952, p. 18).

A questão de partida que orienta o meu trabalho é: qual o destaque que a SIC dá à cobertura das Eleições Europeias 2019? Através desta, surgem outras, como por exemplo, que relação têm os órgãos de comunicação social com a Política?; Para que servem as Eleições Europeias?; Como é tratada a informação até chegar aos telespectadores ou como se dispõem as peças no jornal e qual a relevância das peças? Estas são algumas das questões que me proponho a analisar e explorar, através de dados que recolhidos e interpretados, sustentados na bibliografia existente e referida nos dois primeiros capítulos.

Com este estudo proponho-me a analisar as peças transmitidas no principal bloco informativo da estação, o *Jornal da Noite*, por ser aquele que reúne maior quantidade de informação, recolhida e analisada ao longo do dia e que, por isso, penso ser o mais eficaz para trabalhar e chegar a conclusões sólidas e válidas. Para além disso, é o bloco informativo com maior audiência do canal. No total, foram analisadas 30 peças sobre a campanha eleitoral.

O período de análise são os dias 20 e 25 de maio (última semana de campanha e o dia de reflexão), o dia das eleições (26 de maio) e o dia seguinte à votação, ou seja, dia 27. Escolheu-se este período por ser a semana mais importante das eleições e aquele em

que os partidos se empenham mais na campanha, tendo em vista um melhor resultado eleitoral, para assim ganharem mais votos e obterem um melhor resultado. É expectável que, com o aproximar da votação, haja uma maior aposta em tentar convencer os eleitores indecisos.

A análise de conteúdo compreende várias categorias, a saber: duração; presença ou ausência do líder partidário ou de outras figuras; existência ou ausência de diretos; presença ou ausência de assuntos relacionados com a Europa nas peças de campanha. Escolhi estas categorias pois penso que são aquelas que me podem fazer chegar a conclusões mais sólidas, na tentativa de perceber se o tempo foi igual para todos os partidos, se a presença do líder influenciava a cobertura, ou o conteúdo propriamente das peças.

#### 4.2 – Análise e discussão dos resultados

Foram estabelecidos cinco critérios para perceber e analisar, ao nível de conteúdo, as peças da segunda semana da campanha eleitoral, emitidas no *Jornal da Noite*. Os critérios adotados foram os seguintes: o tempo médio das peças, a presença do líder, a presença de outras figuras do partido, a realização de diretos e a presença de temas europeus.

O primeiro critério teve como objetivo perceber se o tempo das reportagens variou muito ou não, na tentativa de saber se houve algum partido que teve maior cobertura.

**Tabela nº 1 – Tempo médio** das peças emitidas, na segunda semana de campanha (20 a 24 de maio), no *Jornal da Noite*

PARTIDOS	DIA					
	20	21	22	23	24	TOTAL
PS	02:04	02:04	02:15	02:12	01:58	02:06
PSD	02:02	01:50	02:11	02:04	01:47	01:58
BE	02:06	01:57	01:53	01:33	01:05	01:42
CDU	02:02	01:57	01:54	02:00	02:08	02:00
CDS	01:44	02:13	01:55	02:04	01:58	01:58
OUTROS	02:10	02:08	02:02	02:15	02:05	02:08
	Livre	IL	Aliança	PTP	PNR	01:59

Como se pode verificar pela tabela n.º 1, o tempo médio das peças da cobertura ao longo da semana de campanha rondou os 2 minutos (mais concretamente 1 minuto e 59 segundos), tempo este que foi estipulado pela direção de informação da SIC. Com isto, conclui-se que não houve desvios neste parâmetro. Como diz Cristina Figueiredo, editora de Política da SIC, “o tempo é muito limitado. Definimos na SIC um tempo máximo de 2 minutos em cada peça para o *Jornal da Noite*, porque tomámos a opção de acompanhar em contínuo, com 2 equipas, os principais partidos”.<sup>15</sup>

As peças maiores foram as do Partido Socialista (dia 22) e do Partido Trabalhista Português (PTP), ambas com 2 minutos e 15 segundos. A mais pequena foi do BE (dia 23), com pouco mais de 1 minuto e meio. Porém, o conteúdo com menor tempo foi o *TH* do Bloco de Esquerda, no último dia, que contemplou as declarações de Marisa Matias e Catarina Martins, não existindo uma reportagem como em todos os outros dias da campanha.

**Tabela n.º 2 – Presença do líder partidário**, nas peças da segunda semana de campanha (20 a 24 de maio), no *Jornal da Noite*

<b>PARTIDOS</b>	<b>DIA</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>23</b>	<b>24</b>
<b>PS</b>		SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM
<b>PSD</b>		SIM	SIM	SIM	SIM	SIM
<b>BE</b>		SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM
<b>CDU</b>		SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM
<b>CDS</b>		SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM
<b>OUTROS</b>		NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO

A presença dos líderes partidários é uma constante em qualquer campanha eleitoral. Neste caso, verificou-se a sua presença em mais de metade das peças analisadas.

Como se pode ver através da tabela n.º2, na última semana, o líder do PSD esteve presente em todas as peças do *Jornal da Noite*. O PS só não teve a presença de

<sup>15</sup> Entrevista Cristina Figueiredo (Apêndice 1).

António Costa na 5ª feira, dia 23. O Bloco, a CDU e o CDS foram os partidos cujo líder menos presença teve nas peças transmitidas.

**Tabela nº 3 – Presença das figuras do partido**, nas peças da segunda semana de campanha (20 a 24 de maio), no *Jornal da Noite*

<b>PARTIDOS</b>	<b>DIA</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>23</b>	<b>24</b>
<b>PS</b>		SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM
<b>PSD</b>		SIM	SIM	SIM	SIM	SIM
<b>BE</b>		SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM
<b>CDU</b>		SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM
<b>CDS</b>		SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM
<b>OUTROS</b>		NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO

Durante todos os dias, houve figuras sociais-democratas na campanha, quer sejam antigos líderes, como Pedro Passos Coelho ou Manuela Ferreira Leite, quer figuras que continuam ativas no partido, destacando-se, por exemplo, o líder da bancada parlamentar, Fernando Negrão.

No caso do Partido Socialista, só no penúltimo dia não foram chamados “reforços”, quer isto dizer, que a presença de figuras relevantes do partido não foi evidenciada pelos jornalistas.

O Bloco e o CDS foram os partidos em que menos políticos foram destacados, havendo apenas a presença de rostos ligados ao partido em dois dos dias. A CDU contou com a presença de figuras partidárias em 3 dos 5 dias.

**Tabela nº 4 – Realização de diretos**, nas peças da segunda semana de campanha (20 a 24 de maio), no *Jornal da Noite*

<b>PARTIDOS</b>	<b>DIA</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>23</b>	<b>24</b>
<b>PS</b>		NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SIM
<b>PSD</b>		NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SIM
<b>BE</b>		NÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM
<b>CDU</b>		SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM
<b>CDS</b>		NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM
<b>OUTROS</b>		NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO

Todos os partidos que tinham uma equipa permanente no terreno tiveram direito a diretos. No primeiro dia da segunda semana de campanha foi o líder do PCP, Jerónimo de Sousa, que foi entrevistado em para o jornal. Na terça-feira foi a vez de Assunção Cristas, líder do CDS e na quarta-feira foi Catarina Martins, do BE a responder às questões em direto. No penúltimo dia, os líderes dos dois maiores partidos foram entrevistados. Por fim, no último dia de campanha, todos os líderes apareceram em direto. As entrevistas eram realizadas depois das peças sobre o dia de campanha. Os diretos tiveram a duração de aproximadamente dois ou três minutos para cada um.

**Tabela nº 5 – Presença de assuntos europeus**, nas peças da segunda semana de campanha (20 a 24 de maio), no *Jornal da Noite*

<b>PARTIDOS</b>	<b>DIA</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>23</b>	<b>24</b>
<b>PS</b>		NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM
<b>PSD</b>		NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
<b>BE</b>		SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO
<b>CDU</b>		SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO
<b>CDS</b>		SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO
<b>OUTROS</b>		SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO

Como podemos verificar pela tabela nº 5, o PS foi, na última semana de campanha, o partido que maior destaque deu aos assuntos europeus. Só na segunda-feira, dia 20, é que isso não se verificou. Por outro lado, no *Jornal da Noite* da semana das eleições, o PSD não contou com nenhuma referência ao tema da Europa, sendo o destaque das peças os ataques aos adversários, principalmente ao candidato do PS, Pedro Marques, bem como ao seu Secretário-Geral, António Costa. O CDS e os partidos integrados na categoria Outros, os assuntos europeus estiveram presentes na maior parte dos dias. Foram o Bloco de Esquerda e a CDU os partidos que menos destacaram durante a última semana de campanha os assuntos europeus.

Uma questão frequentemente presente nos debates sobre estas eleições foi a denúncia de temas não europeus. Na verdade, e pelo menos nestes 5 dias que compõem o *corpus* de análise, verificou-se que os assuntos relacionados com a Europa apenas foram destacados 15 vezes, isto é, em metade das peças.

Desta forma, fica patente que os temas nacionais e ataques políticos tiveram igual peso que as grandes questões europeias, uma situação que, no meu entender, é incompreensível no contexto europeu. Isto revela que as Eleições Europeias foram, na sua essência, marcadas pelos temas nacionais e consequentes ataques políticos, do que efetivamente a debater as grandes questões europeias. Será isso culpa dos jornalistas? Dos candidatos? Certamente que as duas partes terão responsabilidades, mas é fácil perceber que os partidos sabem que tendem a privilegiar temas polémicos, como os ataques e lutas entre partidos, em detrimento do debate de fundo sobre as questões europeias.

Por um lado, são os partidos que determinam a agenda da campanha, logo, as ações e os locais por onde passam são meramente uma decisão destes. Cabe depois aos órgãos de comunicação social acompanhar os candidatos, isto é, a ausência de temas europeus pode ser selecionada pelos *media* ou pela própria omissão das candidaturas.

#### 4.2.1 – Os debates

As Eleições para o Parlamento Europeu realizam-se de cinco em cinco anos.<sup>16</sup> Os debates fazem parte do processo de propaganda dos partidos e constituem uma peça fundamental no esclarecimento dos eleitores sobre as diferentes visões. Nestas eleições, e antes de arrancar o período de campanha eleitoral, a SIC fez dois debates televisivos com alguns dos cabeças-de-lista que eram candidatos ao Parlamento Europeu.

O primeiro debate televisivo teve lugar a 1 de maio de 2019, do qual fizeram parte os partidos com representação no PE. São eles os candidatos Pedro Marques (PS), Paulo Rangel (PSD), Marisa Matias (BE), João Ferreira (CDU), Nuno Melo (CDS) e Marinho e Pinto (PDR). O segundo realizou-se no dia 7 de maio e contou com a participação dos candidatos dos partidos que concorreram pela primeira vez nestas eleições e dos que tiveram mais de 1% nas Europeias de 2014. Entraram neste lote os cabeças-de-lista Paulo Sande (Aliança), Francisco Guerreiro (PAN), Rui Tavares (LIVRE), André Ventura (BASTA!), Paulo Morais (Nós, Cidadãos!), Ricardo Arroja (Iniciativa Liberal) e Luís Júdice (PCTP/MRPP). Ficaram, portanto, excluídos dos debates os seguintes: Partido Nacional Renovador (PNR), Movimento Alternativa Socialista (MAS), Partido Trabalhista Português (PTP) e Partido União Reformados Portugueses (PURP).

Os dois debates foram moderados pelo jornalista Bento Rodrigues e coordenados pelo Diretor de Informação, Ricardo Costa. O primeiro debate durou cerca de 1 hora e 45 minutos, sendo os primeiros 35 minutos emitidos em simultâneo na SIC e SIC Notícias. O restante tempo foi apenas transmitido no canal de notícias. O segundo debate durou 1 hora e 30 minutos, em que os primeiros 15 minutos foram transmitidos na SIC.

Acompanhei ambos os debates na *régie*, onde estive responsável por cronometrar o tempo de cada um dos cabeças-de-lista, de forma a tentar garantir a equidade entre eles. Ao longo do debate eram dadas as indicações ao coordenador e ele informava o moderador sobre o tempo utilizado por cada candidato. Esta foi uma maneira de acompanhar, ao vivo, como se desenrolava o debate e como era feita a moderação dos mesmos.

---

<sup>16</sup> Comissão Nacional de Eleições. [Internet]. Disponível em: <http://www.cne.pt/content/calendario> [consultado em setembro 2019].

No primeiro debate, no dia 1 de maio de 2019, os temas selecionados foram: Sondagens; Europeias e Legislativas; Abstenção; Fundos Comunitários; Venezuela; Extrema-Direita; *Brexit* e Produtividade. Nem todos os temas foram alvo de discussão, essencialmente por questões de falta de tempo. A média do tempo atribuído a cada partido foi cerca de 13 minutos. O candidato da CDU, João Ferreira, foi o que falou durante menos tempo (12.5 minutos), enquanto o do CDS, Nuno Melo, foi aquele que teve um tempo de antena maior (15 minutos). Por sua vez, no segundo debate, os tempos de antena para cada candidato foram menores, uma vez que havia mais um candidato presente. Os tempos rondaram os 8 minutos (Aliança) e os 12 minutos (Livre), mas a média rondou os 9 minutos e meio.

O primeiro confronto ficou marcado pela troca constante de acusações entre os candidatos. Os assuntos nacionais dominaram o debate, em detrimento dos temas europeus, como mais tarde viria a acontecer na campanha. Nesta conversa, os fundos comunitários e o crescimento da extrema-direita foram os assuntos que mais discussão criaram e, por isso, foram aqueles que ocuparam mais tempo.

O segundo debate, no dia 7 de maio de 2019, teve uma duração menor e centrou-se nos seguintes temas: Propostas para a Europa; Imigração e Refugiados; Portugal na União Europeia, Extremismos na União Europeia e Abstenção.

Como se pode verificar, no geral, os temas divergem entre o primeiro e o segundo debate. A abstenção e a extrema-direita foram comuns, mas os restantes não. Facto é que se discutiu muito mais as questões europeias neste último confronto do que no primeiro. Verifica-se que isso acontece porque os temas expostos obrigavam a que se falasse mais das questões europeias. Neste segundo debate, em que os partidos sem representação no PE participaram, as propostas para a Europa, a imigração, extremismos, a presença de Portugal na UE, entre outros, contribuíram clara e significativamente para que se falasse obrigatoriamente mais da Europa, ao invés das nacionais, o que do meu ponto de vista, tornou o debate mais enriquecedor e útil para os telespectadores.

A verdade é que os partidos presentes no segundo debate não estão focados no grande eleitorado, enquanto “os grandes” aproveitaram para fazer campanha para as Eleições Legislativas que se aproximavam (em outubro de 2019). Esta ideia é defendida pela editora de Política da SIC que diz que “(...) este ano tens também as legislativas, o

que significa que as Europeias, se são de alguma forma encaradas pelos partidos como um teste ao *status quo*, como está o governo, como está a oposição...”<sup>17</sup>. Cristina Figueiredo frisa que estas eleições foram particularmente especiais porque aconteciam meses antes das Legislativas, afirmando que “os próprios protagonistas, a começar pelo Primeiro-Ministro fizeram questão de enfatizar esses lados das europeias. Logo, partiu-se já para a campanha a assumir que isto era uma espécie de primárias das legislativas. Logo aí, ‘arrumaste’ um pouco o assunto Europa”.<sup>18</sup>

A mesma opinião é partilhada pelo diretor de Informação da SIC. Para Ricardo Costa, “é uma questão que não tem solução muito fácil. Há uma grande dificuldade que é a seguinte: em todos os países os temas europeus foram sempre tomados pelos temas nacionais. Mas acho que este ano houve um esforço da comunicação social em levantar questões europeias, mas em campanha é muito difícil, sobretudo quando se está a 3 ou 4 meses de eleições legislativas”.<sup>19</sup>

#### **4.2.1.1 - A audiência dos debates – há interesse dos cidadãos?**

O *Jornal da Noite*, no dia 1 de maio, teve 9,1 de *rating* e 19,7% *share*, o que equivale a quase 900 mil espectadores. Na semana seguinte, o mesmo jornal teve 10,0% *rating* e 21,0% de quota de mercado.<sup>20</sup> Em ambos casos, o *Jornal da Noite* foi o terceiro programa mais visto do dia. Ou seja, embora os debates ocupassem apenas uma parte do jornal, a audiência manteve-se praticamente inalterada, comparada com os restantes dias da semana.

Desta forma, verifico que não há um particular interesse do público em querer acompanhar a partilha de ideias dos candidatos ao Parlamento Europeu, uma vez que a audiência não subiu. Contudo, o bloco informativo manteve a audiência, logo percebe-se que as pessoas seguiram os debates porque já estavam a acompanhar o jornal. Isto é, não se prova que há um desinteresse em ver os debates, mas também não se pode afirmar que mobilizem o público para os acompanhar.

---

<sup>17</sup> Entrevista Cristina Figueiredo (Apêndice 1).

<sup>18</sup> Entrevista Cristina Figueiredo (Apêndice 1).

<sup>19</sup> Entrevista Ricardo Costa (Apêndice 2).

<sup>20</sup> Audiências – GfK/CAEM [consultado em julho 2019].

Embora as audiências dos debates não sejam significativas como se constatou, “os debates políticos televisivos são a melhor forma de alcançar uma vasta audiência de votantes (...), sendo que a maior parte deles obtém informação política através da televisão mais do que de qualquer outra fonte” (Coleman; Butler, 2000). Isto é, a televisão continua a ser o principal meio de informação e é através dos debates que o público pode tirar dúvidas e escolher em quem votar.

## 4.2.2 - A Campanha Eleitoral

A campanha eleitoral começou, oficialmente, no dia 13 de maio (segunda-feira). Segundo Comissão Nacional de Eleições (CNE), “o período da campanha eleitoral inicia-se no 14.º dia anterior e finda às 24 horas da antevéspera do dia designado para as eleições.”<sup>21</sup> (artigo 147.º, n.º 1, da Lei Eleitoral da Assembleia Legislativa da Região Autónoma da Madeira).

Contudo, a direção da SIC decidiu começar a acompanhar os partidos dois dias antes, no sábado, dia 11. Uma decisão tomada “porque nesse fim-de-semana já havia plena atividade de campanha. Todos os partidos já estavam na estrada e têm atividade na estrada. Entendemos que fazia mais sentido fazer uma atividade regular de acompanhamento já nesse sábado”<sup>22</sup>, conta a editora de Política da SIC, Cristina Figueiredo. A campanha terminou dois dias antes das eleições, ou seja, na sexta-feira, dia 24 de maio.

Ainda segundo a CNE, “durante o período de campanha eleitoral, os órgãos de comunicação social devem observar equilíbrio, representatividade e equidade no tratamento das notícias, reportagens de factos ou acontecimentos de valor informativo relativos às diversas candidaturas, tendo em conta a sua relevância editorial e de acordo com as possibilidades efetivas de cobertura de cada órgão”.<sup>23</sup>

Ao longo de cerca de duas semanas, várias equipas andaram na estrada a acompanhar os cabeças de lista dos partidos com representação na Assembleia da República. Porém, o PAN, que tem assento no Parlamento, não foi incluído porque “está a crescer, mas ainda é um pequeno partido e entendemos que não se justificava ter uma equipa a acompanhá-lo em permanência como os outros”, segundo explica Cristina Figueiredo<sup>11</sup>. Os quilómetros foram muitos e o cansaço das equipas era permanente, tal era a intensidade das ações de campanha. Tudo isto, na tentativa de dar ao espectador as informações que os jornalistas acompanhavam diariamente no terreno.

Os partidos ou coligações alvo de cobertura permanente foram: o Partido Socialista (PS), o Partido Social Democrata (PSD), o Bloco de Esquerda (BE), a Coligação

---

<sup>21</sup> Comissão Nacional Eleições. [Internet] <http://www.cne.pt/faq2/100/3> [consultado em setembro 2019].

<sup>22</sup> Entrevista Cristina Figueiredo (Apêndice 1).

<sup>23</sup> Comissão Nacional Eleições. [Internet]. <http://www.cne.pt/faq2/100/3> [consultado em setembro 2019].

Democrática Unitária (CDU – constituída pelo PCP e Partido Ecologista “Os Verdes”) e o Partido Popular (CDS-PP). Cada um destes partidos tinha uma equipa de dois jornalistas e dois repórteres de imagem. Ou seja, 10 jornalistas e 10 repórteres de imagem. O José Manuel Mestre e o Bruno de Castro Ferreira acompanharam o PS, a Débora Henriques e a Inês Timóteo o PSD, o Bloco foi acompanhado pelo Diogo Torres e pela Inês Martins, a CDU pela Patrícia Bentes e pelo Miguel Mota e, por fim, o CDS pela Ana Geraldés e pelo Hugo Maduro. Além destes, o jornalista João Tiago, correspondente em Faro, foi destacado para fazer a cobertura dos partidos mais pequenos.

Os jornalistas acima mencionados ocupavam-se somente com a campanha eleitoral. Contudo, neste período pré-eleitoral, a estação teve o cuidado de dar oportunidade a outros correspondentes nacionais de acompanharem algumas iniciativas dos partidos mais pequenos. Eram alvo de cobertura quando estes passavam por outros pontos do país, quando não passavam por Lisboa e quando a editora de Política achava que a ação podia ser interessante para mostrar ao público.

#### **4.2.2.1. O trabalho dos jornalistas no terreno**

Cada um dos jornalistas fazia uma peça por dia. Por norma, aquele que acompanhava o candidato durante o dia fazia a peça para o *Jornal da Noite*. Já aquele que seguia o candidato no fim do dia e durante a noite fazia a peça para o *Primeiro Jornal* do dia seguinte, sendo que era emitida logo na *Edição da Manhã*, o primeiro bloco informativo do canal.

Ao longo do estágio acompanhei pelo menos uma ação de campanha de todos os grandes partidos. Assim, sempre que uma caravana passava pela zona de Lisboa e regiões envolventes e não tinha nenhum serviço marcado, ia acompanhar um jornalista que estava a fazer a cobertura noticiosa de um partido. Contudo, sempre que era possível, acompanhava também os mais pequenos, ou seja, aqueles que não têm representação no Parlamento Europeu. O objetivo passava também por perceber a dinâmica de campanha entre um partido com grande número de eleitores e de outros com pequenos nichos. Todas as saídas para o terreno durante estes dias foram importantes para perceber a dinâmica de uma campanha eleitoral.

A primeira ação de campanha que testemunhei foi logo no primeiro dia, a 11 de maio de 2019 (sábado), data escolhida pelo canal para começar a cobertura eleitoral. Tratava-se de uma típica arruada da CDU, em Benfica. Acompanhado por uma comitiva, com bandeiras e bombos, o candidato João Ferreira distribuía panfletos e falava com as pessoas que por ali passavam. A cerca de metade do percurso falou aos jornalistas sobre os temas da atualidade e, no final, discursou num pequeno cenário improvisado para os apoiantes que acompanhavam a caravana.

Na primeira semana oficial de campanha, no dia 14 (terça-feira), fui com o jornalista Miguel Mota (correspondente no Porto) até Vila Franca de Xira. Nesse dia, a CDU tinha previsto para de manhã uma habitual arruada, com os habituais bombos e bandeiras. À tarde, juntaram-se à entrada de uma das maiores empresas do setor automóvel, em Alverca. O objetivo era chamar à atenção dos milhares de trabalhadores e falar sobre a precariedade e os bancos de horas.

Já no dia seguinte, 15 de maio (quarta-feira), acompanhei uma ação do CDS-PP. Os centristas estiveram de manhã no mercado de Cascais, em que esteve o antigo ministro da Economia, António Pires de Lima, que carregou nas críticas ao governo. Nuno Melo distribuiu panfletos, acompanhados de um beijo ou um abraço, bem como uma mensagem de apelo ao voto, enquanto ia ouvindo insatisfações de algumas pessoas sobre o estado do país. Da parte da tarde, o cabeça-de-lista e a sua caravana visitaram um centro de dia, nas Laranjeiras (Lisboa), em que o maior destaque foi para o número dois da lista. O objetivo era claramente “puxar” por Pedro Mota Soares, abordando a falta de apoios que os idosos têm, um assunto dominado pelo político que já foi ministro da Solidariedade e da Segurança Social.

Depois de ter estado com dois partidos com representação na AR, foi a vez de contactar pela primeira vez com um mais pequeno. Falo do PCTP/MRPP. Com uma ação muito discreta, o cabeça-de-lista Luís Júdice foi até à Vila Dias, um pequeno bairro no Beato, onde a comitiva se cingia a meia dúzia de pessoas, que distribuía pequenos papéis e iam falando com os poucos moradores que ali permaneciam, muitos a viver em condições indignas. Batiam porta à porta, ou de janela a janela, queriam falar com o maior número de pessoas que ali viviam, na sua maioria idosos. Observar uma ação de campanha da CDU ou do CDS e comparar com uma do MRPP deixa bem patente várias diferenças. Desde logo, pela dimensão da caravana: enquanto a CDU e o CDS dispunham de uma equipa numerosa, o MRPP tinha meia dúzia de elementos. Para além

do mais, os locais de campanha são também muito diferentes. Enquanto os comunistas ou os centristas apostaram em mercados ou fábricas, o MRPP foi a um bairro histórico em Lisboa.

Nesta tarde houve uma notícia que marcou o dia e a campanha deste ano. O jornalista João Tiago estava a falar com o assessor do Aliança para obter mais informações sobre o serviço que ia fazer no dia seguinte, quando recebe a notícia de que o Presidente e o cabeça-de-lista tinham tido um acidente de viação. Rapidamente nos colocámos em alerta e tentámos perceber o estado do carro e das vítimas. Nesse momento, pediram-me que contactasse o Comando Distrital de Operações de Leiria (onde tinha acontecido o acidente) para saber quantos meios e operacionais estavam no local. Era também de extrema importância saber se o comandante no terreno podia entrar ao telefone em direto na SIC Notícias. Tivemos a indicação de que Paulo Sande tinha saído praticamente ileso do carro, enquanto Pedro Santana Lopes estava encarcerado. Antes de darmos a informação em direto na antena, os diretores tiveram o cuidado de saber se a família já sabia do acidente. Os mesmos ajudaram no processo de divulgação da informação, dada sob a forma de rodapé e com a indicação de “Última Hora”. Um dos repórteres da zona centro foi contactado e dirigiu-se imediatamente até ao local. Aí fez vários diretos e acompanhou-se o transporte de helicóptero do líder do Aliança para o Centro Hospitalar Universitário de Coimbra. João Tiago, com base nas imagens e declarações de Paulo Sande e das autoridades, fez a peça de abertura do *Jornal da Noite* daquele dia. Um acontecimento que marcou sem dúvida a campanha e que deu sobretudo notoriedade ao cabeça-de-lista.

Depois da primeira semana de campanha, eis que chega a semana das eleições. Foi nesta semana que os partidos apostaram na propaganda eleitoral, com imensas ações de rua e comícios, muitos deles em que os líderes estavam presentes e discursavam.

Comecei a semana a acompanhar o PSD. Depois de na primeira semana Paulo Rangel ter andado de helicóptero, barco e bicicleta, foi a vez de neste dia andar de comboio. Começou o percurso no Cais do Sodré e parou em Carcavelos para falar sobre o (mau) estado da ferrovia. Chegado à estação, teve tempo ainda para andar num veículo autónomo e ir até à faculdade de Carcavelos, onde fez uma visita. Seguiu-se o ponto alto do dia, o almoço em Cascais com o ex-líder do PSD e ex-Primeiro-Ministro, Pedro Passos Coelho. Uma sala cheia, em que o discurso do social-democrata “agitou as águas”, com fortes críticas ao atual executivo.

Na terça-feira de manhã, dia 21, rumei até Setúbal, para ouvir o PAN falar dos problemas das dragagens do Sado. Com uma comitiva também ela reduzida, distinguiu-se nesta ação pela forma afetiva e simples como transmitiu a mensagem às pessoas da cidade. À noite, foi o grande comício do CDS, em Cascais, com a presença de Paulo Portas e Assunção Cristas. O jornalista Hugo Maduro fez um direto para o jornal com a líder centrista.

Na 4ª feira, dia 22, apenas acompanhei o jantar e comício do BE, em Almada. O Diogo Torres fez um direto para o *Jornal da Noite* com Catarina Martins. O comício centrou-se na “corrida de aquecimento” de alguns partidos para as Legislativas, segundo Marisa Matias, enquanto a coordenadora bloquista falou sobre as dificuldades que os precários atravessam, apelando ao voto destes.

Já no penúltimo dia de campanha acompanhei a grande arruada do PSD no Chiado, em Lisboa. Do que observei, o cansaço do cabeça-de-lista era evidente e a falta de empatia com as pessoas notória. À noite foi o jantar-comício dos sociais-democratas, em Paço de Arcos. A Débora Henriques foi a responsável por entrevistar Rui Rio para o *Jornal da Noite*. Num pavilhão em que estiveram quase mil pessoas, figuras históricas do partido não faltaram, como é o exemplo Manuela Ferreira Leite ou Carlos Moedas, embora não tenham discursado.

Por fim, chegados ao último dia de campanha, só me faltava seguir o PS. O dia começou com o tradicional almoço na cervejaria Trindade, onde figuras de peso estiveram presentes, como Jorge Sampaio ou Ferro Rodrigues. Seguiu-se a arruada no Chiado, com muitos populares e apoiantes, onde a música da banda que acompanhava a comitiva, bem como os confettis, marcaram o percurso ao longo do centro histórico da cidade. No fim, já junto do Arco da Rua Augusta, António Costa, juntamente com mais outros participantes, elevaram o cabeça-de-lista socialista Pedro Marques pelos ombros, um momento evidenciado logo no início da peça daquele dia, sendo por isso a imagem principal do dia. Por fim, o comício socialista terminou na Praça do Município. Antes dos discursos, coube ao José Manuel Mestre obter reações de Costa em direto para o jornal. Este último comício focou-se sobretudo no apelo ao voto nestas eleições, na tentativa de baixar os números elevados da abstenção dos últimos anos.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Pordata. [Internet]. Disponível em:

<https://www.pordata.pt/Portugal/Taxa+de+absten%C3%A7%C3%A3o+nas+elei%C3%A7%C3%B5es+p>

#### 4.2.3 – As Europeias no *Jornal da Noite*

A semana das eleições é aquela que merece maior atenção neste trabalho, por se prever que haja uma maior quantidade de notícias no *Jornal da Noite* sobre a cobertura das eleições, quer seja do ponto de vista nacional, mas também internacional. O que quero perceber é se efetivamente a SIC deu grande destaque a esta campanha, mas também analisar se houve notícias sobre a própria Europa e as eleições “lá fora”.

Nesse sentido, torna-se essencial proceder à análise do alinhamento das peças sobre as eleições europeias transmitidas no *Jornal da Noite*, entre os dias 20 e 24 de maio, que contemplam assuntos sobre as Eleições Europeias, quer seja a cobertura a nível nacional e/ou a nível europeu.

Nesta análise foram considerados os seguintes parâmetros: ordem no jornal; jornalista; duração, nome da peça e tipo de género jornalístico.

**Tabela nº 6 - Alinhamento *Jornal da Noite* (SIC) - 20 maio 2019**

<b>Posição no Jornal</b>	<b>Jornalista</b>	<b>Duração</b>	<b>Nome</b>	<b>G. Jornalístico</b>
4	José M. Mestre	02:04	Campanha PS – Lisboa	REPORTAGEM
5	Inês Timóteo	02:02	Campanha PSD – Lisboa e Cascais	REPORTAGEM
6	Ana Geraldes	01:44	Campanha CDS - Setúbal	REPORTAGEM
7	Inês O. Martins	02:06	Campanha BE – Aveiro	REPORTAGEM
8	Patrícia Bentes	02:05	Campanha CDU – Santarém	REPORTAGEM
9	Miguel Mota	03:30	--DIRETO PCP Jerónimo	ENTREVISTA
10	João Tiago	02:10	Campanha LIVRE	REPORTAGEM
11	Reinaldo Serrano	01:02	1 Minuto de Campanha	CRÓNICA
12	Iryna Shev	01:55	Campanha – Jovens e a Europa	ENTREVISTA
<b>Total (em minutos) – 21</b>				

---

[ara+o+Parlamento+Europeu+total++residentes+em+Portugal+e+residentes+no+estrangeiro-2209](#)

[consultado em setembro 2019].

**Tabela nº 7 – Alinhamento *Jornal da Noite* (SIC) - 21 maio 2019**

<b>Posição no Jornal</b>	<b>Jornalista</b>	<b>Duração</b>	<b>Nome</b>	<b>G. Jornalístico</b>
5	José M. Mestre	02:04	Campanha PS - Lisboa	REPORTAGEM
6	Inês Timóteo	01:50	Campanha PSD - Centro	REPORTAGEM
7	Ana Geraldes	02:13	Campanha CDS - Viseu	REPORTAGEM
8	Hugo Maduro	03:20	--DIRETO CDS Cristas	ENTREVISTA
9	Patrícia Bentes	01:57	Campanha CDU - Coimbra	REPORTAGEM
10	Inês O. Martins	01:57	Campanha BE - Braga	REPORTAGEM
11	Catarina Lázaro	02:08	Campanha – Iniciativa Liberal	REPORTAGEM
12	Reinaldo Serrano	01:03	1 Minuto Campanha	CRÓNICA
13	Iryna Shev	01:38	Campanha – Europa e os Jovens II	ENTREVISTA
<b>Total (em minutos) – 19</b>				

**Tabela nº 8 – Alinhamento *Jornal da Noite* (SIC) - 22 maio 2019**

<b>Posição no Jornal</b>	<b>Jornalista</b>	<b>Duração</b>	<b>Nome</b>	<b>G. Jornalístico</b>
10	José M. Mestre	02:15	Campanha PS – Margem Sul	REPORTAGEM
11	Inês Timóteo	02:11	Campanha PSD – Santa Comba Dão	REPORTAGEM
12	Ana Geraldes	01:55	Campanha CDS – Caldas da Rainha	REPORTAGEM
13	Inês O. Martins	01:53	Campanha BE – Porto e Évora	REPORTAGEM
14	Diogo Torres	03:44	--DIRETO BE Catarina Martins	ENTREVISTA
15	Patrícia Bentes	01:54	Campanha CDU - Seixal	REPORTAGEM
16	Nélson Mateus	02:02	Campanha Aliança	REPORTAGEM
17	João Tiago	02:51	Abstenção Europeias	NOTÍCIA
18	Reinaldo Serrano	01:01	1 Minuto Campanha	CRÓNICA
19	Iryna Shev	01:39	Campanha – Europa e os Jovens III	ENTREVISTA
25	Emanuel Nunes	02:34	<i>Brexit</i> e Campanha Europeias	REPORTAGEM
<b>Total (em minutos) – 24</b>				

**Tabela nº 9 – Alinhamento *Jornal da Noite* (SIC) - 23 maio 2019**

<b>Posição no Jornal</b>	<b>Jornalista</b>	<b>Duração</b>	<b>Nome</b>	<b>G. Jornalístico</b>
6	Inês Timóteo	02:04	Campanha PSD - Chiado	REPORTAGEM
7	Bruno Ferreira	02:12	Campanha PS – Porto	REPORTAGEM
8	Ana Geraldês	02:04	Campanha CDS – Barcelos	REPORTAGEM
9	Patrícia Bentes	02:00	Campanha CDU – Maia	REPORTAGEM
10	Inês O. Martins	01:33	Campanha BE – Viseu	REPORTAGEM
11	João Tiago	02:15	Campanha PTP	REPORTAGEM
12	José M. Mestre	06:00	---DIRETO PS	ENTREVISTA
13	Débora Henriques	06:00	---DIRETO PSD	ENTREVISTA
14	Reinaldo Serrano	01:03	1 Minuto Campanha	CRÓNICA
15	Sofia Arêde	02:31	Europeias Reino Unido	REPORTAGEM
16	Emanuel Nunes	01:30	--DIRETO Emanuel Nunes	REPORTAGEM
<b>Total (em minutos) – 29</b>				

**Tabela nº 10 – Alinhamento *Jornal da Noite* (SIC) - 24 maio 2019**

<b>Posição no Jornal</b>	<b>Jornalista</b>	<b>Duração</b>	<b>Nome</b>	<b>G. Jornalístico</b>
7	Sara Taíinha	01:03	SONDAGEM SIC/EXPRESSO	NOTÍCIA
8	José M. Mestre	01:40	DIRETO PS – Lisboa	ENTREVISTA
9	Bruno Ferreira	01:58	Campanha PS – Chiado	REPORTAGEM
10	Inês Timóteo	01:47	Campanha PSD – Porto e Gaia	REPORTAGEM
11	Débora Henriques	02:20	---DIRETO PSD	ENTREVISTA
12	Ana Geraldês	01:58	Campanha CDS – Norte	REPORTAGEM
13	Hugo Maduro	02:20	---DIRETO CDS – Sta. M. da Feira	ENTREVISTA
14	Miguel Mota	02:30	---DIRETO CDU – Loures	ENTREVISTA
15	Diogo Torres	01:30	---DIRETO BE – Coimbra	ENTREVISTA
16	Inês O. Martins	01:05	Campanha BE - TH Catarina+Marisa	NOTÍCIA
17	Rodrigo G. Carvalho	07:00	ENTREVISTA Júdice-Louçã	ENTREVISTA
18	João Tiago	02:05	Campanha PNR	REPORTAGEM
33 (última peça)	Patrícia Bentes	02:08	Campanha CDU - Lisboa	REPORTAGEM
<b>Total (em minutos) – 28</b>				

No geral, verifica-se que o *Jornal da Noite* deu grande destaque à campanha eleitoral. Em média, foram cerca de 20 minutos dedicados ao tema.

Na semana das eleições, em cada dia havia pelo menos um direto de um partido com os líderes. Na segunda-feira, foi com a CDU, na terça com o CDS, na quarta com o Bloco e na quinta com o PS e o PSD. Na sexta-feira, último dia de campanha, todos os líderes destes partidos estiveram em direto. Tive a oportunidade de estar presente nos comícios do CDS (terça-feira), do BE (quarta-feira) e do PS (sexta-feira) e assim, acompanhar as entrevistas ao vivo.

Outro dado relevante é que as peças sobre as Europeias nunca foram as primeiras do jornal. Por norma, havia sempre um assunto da atualidade considerado mais relevante ou pertinente, como por exemplo os festejos da vitória do Benfica no campeonato, as novidades sobre o caso *Hells Angels* ou a demissão da ex-primeira-ministra britânica, Theresa May. De realçar que, como se pode ver pelas tabelas, as peças não eram as primeiras, ainda que estivesse presente na primeira parte do bloco informativo em análise.

Quando surgiam as notícias sobre as eleições, a SIC tinha um grafismo próprio para esse tema, com o logótipo “Europeias” no canto inferior esquerdo, substituindo o habitual do *Jornal da Noite*.

Mas não só de reportagens de campanha e diretos se fizeram estas eleições. Sondagens e *vox-pop*<sup>25</sup> sobre a relação entre a Europa e os Jovens e a crónica “Minuto de Campanha” foram outros dos conteúdos. As sondagens que a estação encomendou não diziam apenas respeito à intenção de voto, incidindo também sobre outras temáticas, como é o caso da relação das pessoas com a política ou o conhecimento dos cidadãos acerca dos principais cabeças-de-lista. *A Europa e os Jovens* consistia numa pequena reportagem em que se perguntavam aos jovens, para que servia o Parlamento Europeu, se conheciam os principais candidatos, entre outras questões que procuram sondar o grau de conhecimento dos jovens sobre o parlamento e as eleições.

No que toca às sondagens, a SIC apenas noticiou aquelas que tinha encomendado, desenvolvidas pelo Instituto de Ciências Sociais (ICS-UL) e Instituto Universitário de

---

<sup>25</sup> Pequenas entrevistas a várias pessoas sobre um determinado tema.

Lisboa (ISCTE-IUL). No *pivot* tinha de ser sempre referido que a sondagem em questão tinha sido realizada por estas duas instituições para a SIC e para o *Expresso*. Nas peças, era obrigatório colocar a ficha técnica por questões legais. Estes estudos de opinião surgiam antes das peças sobre a campanha.

Se analisarmos com atenção o alinhamento, percebemos que durante o *Jornal da Noite*, a média das notícias relacionadas com as Europeias rondou os 23 minutos. Por norma, a ordem em que apareciam os partidos era: PS, PSD, CDS, Bloco e CDU. Houve diretos todos os dias sendo o último aquele em que houve um maior contacto com os repórteres. Foi também no dia 24 maio 2019 (sexta-feira) que existiu a divulgação dos resultados de uma sondagem SIC/*Expresso*, bem como um espaço de comentário, com dois rostos habituais do canal: José Miguel Júdice e Francisco Louçã.

#### **4.2.4 - O dia e noite eleitoral**

##### **4.2.4.1 - O voto dos partidos**

26 de maio de 2019, o dia das Eleições Europeias. Depois de meses em pré-campanha e campanha oficial, eis que chega o dia dos partidos serem alvo de teste pelos cidadãos e perceberem se o esforço ao longo de semanas surtiu efeito.

Como em qualquer eleição, o acompanhamento do voto dos principais partidos é alvo de destaque e cobertura pelos órgãos de comunicação social. E esta não foi exceção. Ao longo do dia, a SIC acompanhou o voto de vários cabeças-de-lista e de líderes partidários. Nesse dia, fui destacado para ir a dois locais. De manhã acompanhei o voto de Paulo Sande (Aliança), e um pequeno excerto da entrevista que lhe fiz foi inserida numa reportagem para o *Primeiro Jornal*, centrada no voto dos partidos mais pequenos. Da parte da tarde fui cobrir o voto de André Ventura (BASTA!). Porém, o candidato não apareceu, depois de mais de uma hora à espera e de ter contactado o assessor várias vezes.

Houve também serviços que estavam agendados, mas “caíram” por falta de meios e talvez pela menor projeção de alguns políticos. Exemplos disso são o voto do Rui Tavares (Livre) ou do Ricardo Arroja (Iniciativa Liberal), que, como se verificou, não vieram a ser eleitos.

##### **4.2.4.2 - A noite eleitoral**

Depois do ato eleitoral, a emissão da SIC e SIC Notícias foi bastante longa e com uma cobertura extensa e diversificada. Na SIC, a emissão dedicada às eleições começou às 19h50 e terminou às 21h40. Já na SIC Notícias a emissão começou por volta das 18h e foi até à meia-noite. No total, estiveram nas sedes de campanha 13 jornalistas, num total de 10 partidos que tiveram cobertura. Obviamente os que têm representação parlamentar tiveram uma intensa cobertura, mas, dos mais pequenos, destaque para o Aliança, o PAN, o PDR, o Livre e o BASTA! O PS foi o que teve mais jornalistas no terreno (três), por ser aquele que, de acordo com as sondagens, seria o vencedor. O PSD teve dois jornalistas no terreno. Todos os outros tiveram um jornalista em cada local.

Durante a emissão, quase todos os jornalistas estiveram em direto a relatar as reações dos partidos aos resultados que iam sendo conhecidos. No caso dos pequenos partidos, que não elegeram nenhum eurodeputado, como o Livre, o BASTA!, ou o PDR, as ligações foram curtas e os jornalistas foram deslocados para outros locais (caso da Sara Taíña que foi ter com o Presidente da República ao Banco Alimentar para obter uma reação do mesmo) ou voltaram para a redação. Estes pequenos partidos apenas tiveram direito a tempo de antena na SIC Notícias, entre a emissão das 18h e das 19h50. Em contrapartida, o Aliança, também sem nenhum eurodeputado eleito e sem representação parlamentar, teve direito a direto com a reação de Paulo Sande e de Pedro Santana Lopes face aos resultados. Uma decisão que, no meu entender, prendeu-se com falta de “movimento” e irrelevância dos outros candidatos. Para além disso, nesta decisão pesou também o facto de algumas sondagens terem dito que o Aliança podia eleger um eurodeputado. Outro dado que me parece relevante tem que ver com o facto de o presidente do partido ser um antigo Primeiro-Ministro, bem como o acidente que Sande e Santana tiveram na semana anterior possa ter ajudado.

Em qualquer noite eleitoral há discursos, de vencedores e vencidos. Como é habitual, primeiramente falam os perdedores e só no fim os vencedores. Esta noite contou com uma novidade, nunca antes vista nestes rescaldos da votação. É que o palco onde os rostos do Partido Socialista iam discursar e comentar os resultados tinha dois púlpitos, um para o Secretário-Geral, António Costa, e o outro para o cabeça-de-lista, Pedro Marques. Talvez esta decisão tenha que ver com a forte presença de Costa na campanha dos socialistas. A presença do líder socialista era sempre mencionada pelos jornalistas e verificou-se que Costa só não esteve em dois comícios.

Durante esta noite estive presente no “quartel general” do PS, no hotel Altis, em Lisboa, onde o partido costuma acompanhar os resultados eleitorais há muitos anos. Uma opção minha, em consenso com a minha editora, na tentativa de perceber como funcionava a cobertura da noite eleitoral de um partido. Uma vez que pelas sondagens o PS seria o vencedor, quis perceber a mecânica e a organização da equipa, bem como a reação do vencedor, testemunhando isso no local.

No terreno estiveram os jornalistas José Manuel Mestre, Anabela Neves e Bruno Ferreira. A emissão especial sobre as Europeias começou na SIC Notícias às 18h, e por isso, tínhamos de estar no hotel por volta das 17h30, pois a partir das 18h ia haver uma ronda de diretos por todos os locais onde os candidatos iam acompanhar os resultados.

Bruno Ferreira foi o primeiro a entrar em direto e foi o responsável por fazer a cobertura da chegada de vários rostos socialistas de maior destaque, inclusive a do Secretário-Geral, António Costa, que veio a pé até ao hotel, sendo interpelado com muita correria e êxtase pelos jornalistas. A Anabela Neves esteve junto da receção, onde ia falando com algumas caras do partido. Já o José Manuel Mestre estava na sala onde se encontravam os apoiantes e onde iriam ser feitos os discursos.

Estive em todos locais onde os jornalistas se encontravam e percebi como trabalhavam. Na *régie* móvel, acompanhei a emissão, a realização e coordenação da reação deste partido aos resultados eleitorais. A emissão decorreu sem sobressaltos, sem nenhum ponto negativo ou imprevisto a destacar.

Durante toda a noite, fizeram-se vários diretos. Uns sobre o ponto da situação, outro sobre os discursos de Ana Catarina Mendes (Secretária-Adjunta PS) ou Carlos César (Líder Bancada Parlamentar), sem esquecer os discursos de António Costa e Pedro Marques, os principais rotos pelo facto do PS ter ganho as eleições. Contudo, o último partido a discursar foi o PAN, pela voz do deputado André Silva, algo que não é comum uma vez que o partido vencedor é o último a falar publicamente.

#### 4.2.5 - O dia seguinte às eleições – o rescaldo e o novo parlamento

É expectável que no dia seguinte ao dia das eleições o destaque principal dos *media* seja a apresentação detalhada dos resultados da noite eleitoral, com as reações dos partidos. Mas até que ponto foi dada grande atenção a estas eleições? E houve algum espaço de análise? Houve também destaque aos resultados lá fora? É o que vamos tentar perceber na tabela que a seguir se segue.

**Tabela nº 11** – Alinhamento do *Jornal da Noite* - 27 maio 2019

<b>Posição no Jornal</b>	<b>Jornalista</b>	<b>Duração</b>	<b>Nome</b>	<b>G. Jornalístico</b>	<b>Tempo (minutos)</b>
1	Bento Rodrigues	01:34	VIDI Eurodeputados	NOTÍCIA	+- 23
2	Ana Geraldes	01:19	Resultados Finais Europeias	REPORTAGEM	
3	Hugo Maduro	02:25	Noite Eleitoral PS	REPORTAGEM	
4	Débora Henriques	03:08	PSD Peça Noite Eleitoral	REPORTAGEM	
5	Luís Manso	03:03	Noite Eleições BE	REPORTAGEM	
6	Patrícia Bentes	02:54	CDU Peça Noite Eleitoral	REPORTAGEM	
7	Ana Geraldes	01:43	Noite Eleitoral CDS	REPORTAGEM	
8	Hugo Maduro	02:28	PAN História	REPORTAGEM	
9	Bento Rodrigues	05:10	Entrevista André Silva	ENTREVISTA	
10	Sofia Arêde	03:39	Europeias Europa	REPORTAGEM	+-13
11	João Assunção	02:05	--- DIRETO PARIS	REPORTAGEM	
12	Susana Frexes	03:05	--- DIRETO BRUXELAS	REPORTAGEM	
13	Cristina Neves	02:45	Europeias UK	REPORTAGEM	
14	Emanuel Nunes	02:20	--- DIRETO UK	REPORTAGEM	
15	Bento Rodrigues	10:25	Comentário Júdice- Louçã	OPINIÃO	
					<b>+46</b>

Esta tabela mostra o alinhamento da primeira parte do *Jornal da Noite* do dia seguinte às Eleições Europeias, ou seja, do dia 27 de maio de 2019. Desde o início do bloco informativo e até ao final da primeira parte, as notícias foram centradas nos resultados das eleições. O jornal focou-se, sensivelmente durante os primeiros 23 minutos, no rescaldo dos resultados em Portugal. Depois, e durante 13 minutos, houve um balanço geral dos resultados na Europa, como diretos a partir das principais cidades europeias (falo de Paris, Bruxelas e Londres). Para além dos diretos, houve uma reportagem dedicada às votações no Reino Unido, pelo facto de existir um grande impasse naquele país por causa do processo de saída da União Europeia. Assim, e durante 46 minutos, a Política foi o único tema presente na primeira parte do *Jornal da Noite*.

Ao contrário das peças da campanha eleitoral, as dos resultados não tinham um tempo limitado e verificou-se uma variação do tempo das reportagens. A do PSD, por exemplo, teve pouco mais que três minutos, enquanto a do CDS não chegou aos dois.

Também neste *Jornal da Noite*, houve uma breve entrevista de cinco minutos ao porta-voz do PAN, André Silva, pelo resultado inesperado e consequente entrada pela primeira vez no hemiciclo europeu.

Relativamente à cobertura eleições para o PE na Europa, durante o dia 27 de maio, o destaque foi dado depois das peças sobre os partidos nacionais. A SIC tem habitualmente dois correspondentes na Europa. Trata-se da Susana Frexes, em Bruxelas, e o Emanuel Nunes, em Londres. Ambos fizeram diretos sobre as eleições na Bélgica e no Reino Unido. Para além destes “habituais”, a estação enviou o jornalista João Nuno Assunção (editoria do Internacional) para Paris, em França, com o intuito de relatar as reações naquele país, por ser uma das principais potências europeias.

Para além das reportagens e diretos feitos em Paris, Bruxelas e Londres, houve depois um espaço de análise dos resultados finais. Os comentadores da SIC José Miguel Júdice e Francisco Louçã, que costuma dar a sua opinião em matérias relacionadas com assuntos políticos, analisaram os resultados dos partidos nacionais e o dos principais países europeus. Este espaço ocupou 10 minutos do jornal.

Em suma, o *Jornal da Noite* do dia 27 de maio apostou sobretudo nas Eleições Europeias. Em nenhum dos outros dias houve um destaque tão grande das Eleições, excluindo a noite anterior que durou cerca de quatro horas.

#### 4.2.5.1 - Resultados Finais – Portugal

Como já era de esperar pelas sondagens divulgadas, o PS venceu as eleições com 33,4% dos votos e leva para Bruxelas e Estrasburgo nove eurodeputados, somando mais um. O PSD aparece em segundo com 21,9%, o pior resultado de sempre dos socialistas em eleições para o Parlamento Europeu, o que equivale a seis deputados. Já o Bloco de Esquerda assume-se como a terceira força política, com 9,8% dos votos, duplicando o resultado de há cinco anos e assegurando a eleição de mais um deputado, ficando agora com dois. Em sentido inverso está a CDU, que passa dos quase 13% nas últimas Europeias para 6,9% e perde o terceiro eurodeputado que tinha. Também o CDS teve um resultado aquém do que os centristas esperavam e conseguiu 6,2% e elegeu apenas Nuno Melo. O PAN é considerado a surpresa destas eleições por ter 5,1% e, assim, um eurodeputado (Francisco Guerreiro). Ao todo, entre estreantes e os que já lá estavam, são 21 os portugueses que se vão sentar no hemiciclo europeu, composto por 751 lugares. Partidos como o Aliança, o Livre ou o PDR de Marinho e Pinto tiveram menos que 2% cada um e não elegeram nenhum eurodeputado. Os brancos e nulos foram cerca de 7%.<sup>26</sup>

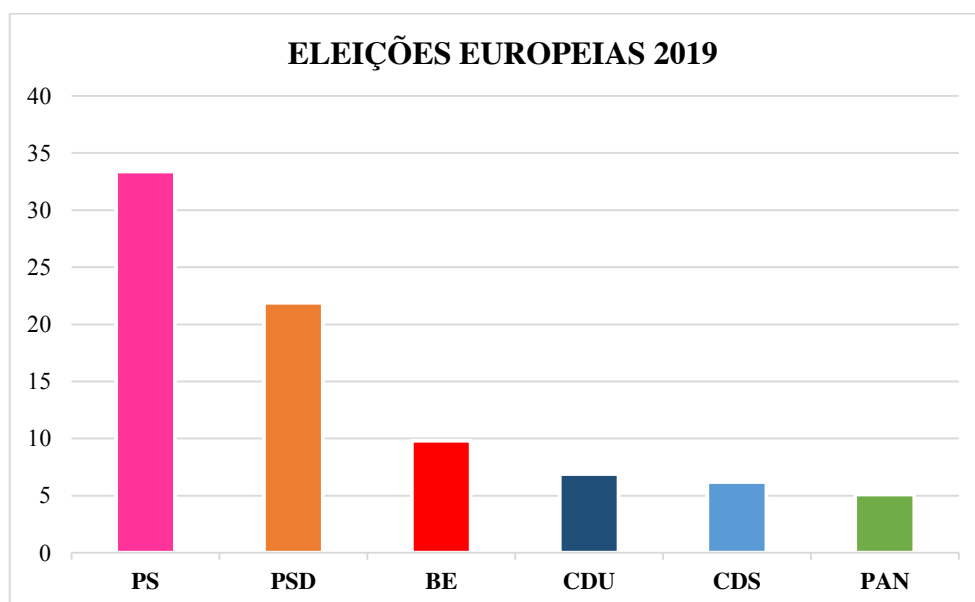


Gráfico n.º 1 - Resultado em Portugal das Eleições Europeias 2019

<sup>26</sup> Dados oficiais do Ministério da Administração Interna (valores arredondados às décimas). [Internet]. Disponível em: <https://www.europeias2019.mai.gov.pt/index.html> [Consultado em julho 2019].

Mas o grande vencedor da noite, pelas piores razões, foi a abstenção. Se há cinco anos a abstenção tinha rondado os 60%, o que mais temia ao Presidente da República aconteceu. A abstenção bateu todos os recordes possíveis, com apenas cerca de 30% dos portugueses terem ido às urnas. Dos 10.786.049 inscritos, votaram apenas 3.314.423.<sup>27</sup>

Para os meus entrevistados, a abstenção é um fator preocupante e cabe aos *media* mudar isso. Para Ricardo Costa, “as Europeias são históricas, as pessoas não acham que o seu voto influencie alguma coisa. E depois há uma questão de cansaço geral... e há questões que têm a ver com as campanhas (...) as televisões acabam por ver uma campanha igual as anteriores, mas há de haver um dia em que essas coisas mudem, mas eu acho que vai ter que ser um dos grandes partidos a fazer essa mudança para depois os outros irem atrás.”<sup>28</sup>

Também para Cristina Figueiredo, a abstenção é um fator preocupante e a fragmentação partidária algo que se está a acentuar porque “as pessoas estão fartas dos grandes”. Acrescenta ainda que as campanhas têm de mudar, pois “este modelo tradicional está esgotado. Acho que este modelo não interessa as pessoas na rua, nada. E isso vê-se”.<sup>29</sup>

#### **4.2.5.1 - O Parlamento Europeu – Antes e Depois**

Entre 2014 e 2019, os 751 lugares do Parlamento Europeu estavam divididos por oito grupos (como se pode ver pela figura nº 1). O Partido Popular Europeu (PPE) é aquele que tinha um maior número de eurodeputados (221). Seguia-se o dos Sociais e Democratas com 191, sendo o terceiro lugar ocupada pelos conservadores (70 assentos).

---

<sup>27</sup> Dados oficiais do Ministério da Administração Interna (valores arredondados às décimas). [Internet]. Disponível em: <https://www.europeias2019.mai.gov.pt/index.html> [Consultado em julho 2019].

<sup>28</sup> Entrevista Ricardo Costa (Apêndice 2).

<sup>29</sup> Entrevista Cristina Figueiredo (Apêndice 1).

## Parlamento Europeu: 2014 - 2019

Sessão constitutiva

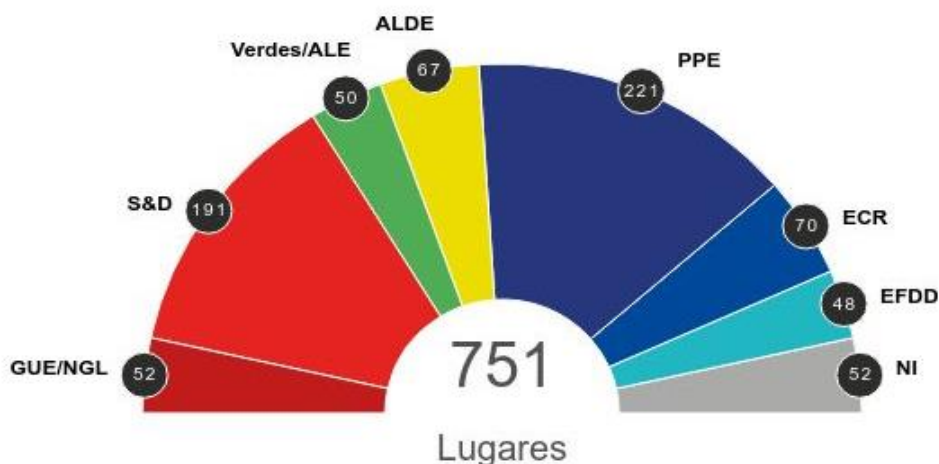


Figura nº 1 – Composição do Parlamento Europeu (2014-2019)<sup>30</sup>

Cinco anos depois, o cenário não se alterou muito. Os três maiores grupos do Parlamento mantiveram-se nas mesmas posições, apenas se reduziram os números de deputados de cada um deles (figura 2).

## Parlamento Europeu: 2019 - 2024

Sessão constitutiva

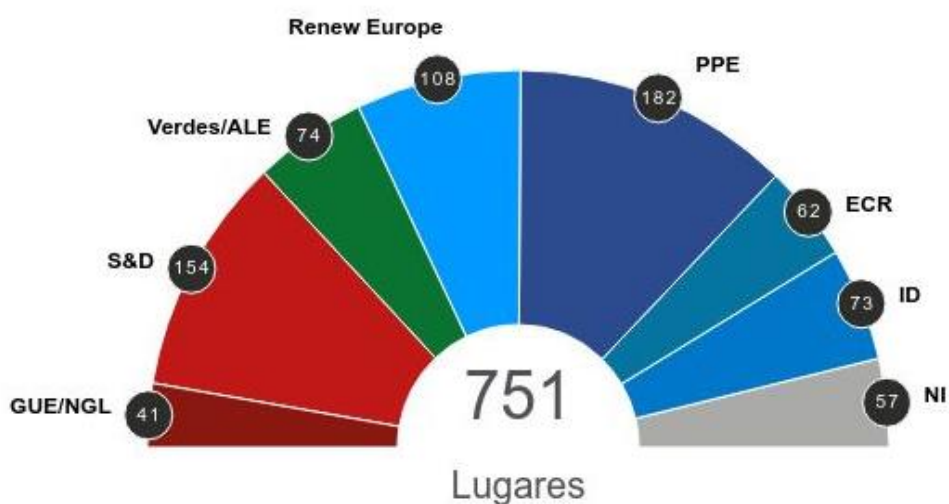


Figura nº 2 – Composição do Parlamento Europeu (2019-2024)<sup>31</sup>

<sup>30</sup> Parlamento Europeu. [Internet]. Disponível em: <https://eleicoes-resultados.eu/resultados-eleitorais/2014-2019/sessao-constitutiva/> [consultado em setembro 2019].

## CONCLUSÃO

A situação na Europa é bastante fraturante nos dias de hoje. A crise migratória e o impasse em torno da saída do Reino Unido da União Europeia marcam o panorama europeu dos últimos tempos.

As Eleições Europeias são um dos momentos em que a União Europeia tem algum destaque pelos *media*, por se tratar de eleições que dizem respeito a questões europeias. Para de Vreese (2003), as eleições são fundamentais para modificarem a opinião pública dos cidadãos europeus em relação à integração europeia, na medida em que constituem os raros momentos em que a Europa é visível nos principais programas noticiosos de maior audiência. Por este motivo, a análise ao destaque que é dado a este tipo de eleições nos dias de hoje, torna-se ainda mais importante e pertinente. Foi esta questão que me propus a explorar neste trabalho, lançando a seguinte interrogação: até que ponto é que a Europa tem atenção por parte dos *media*?

Assim, um dos objetivos deste trabalho foi perceber qual o destaque dado pela SIC às eleições para o Parlamento Europeu. Outro objetivo foi compreender como é feita a cobertura das campanhas eleitorais. Através da experiência no estágio da SIC, percebi que houve um trabalho de preparação, nomeadamente no que diz respeito à seleção de jornalistas e respetiva constituição de equipas (repórteres de imagem e editores).

Para além disso, foi também possível verificar o cuidado para preparação da cobertura, nomeadamente no que diz respeito à equidade que houve entre todos os partidos. Mas foram os maiores partidos, isto é, aqueles que dispõem de representação no PE, que tiveram uma cobertura mais intensa, dado que foram transmitidas mais reportagens. Algo que se percebe por terem representação na Assembleia da República. Por outro lado, é importante ressaltar que muitos dos pequenos partidos tiveram pelo menos uma reportagem de uma ação de campanha.

O PAN, partido com representação no parlamento português desde as Legislativas de 2015, mas sem lugar no PE até às Europeias deste ano, teve um maior destaque nesta campanha. Tal facto pode verificar-se pelas várias peças em antena, bem como a presença de uma equipa na sede de campanha no domingo das eleições. Uma decisão

---

<sup>31</sup> Parlamento Europeu. [Internet]. Disponível em: <https://eleicoes-resultados.eu/resultados-eleitorais/2019-2024/> [consultado em setembro 2019].

que se justifica pelo facto de algumas sondagens lhe darem a possibilidade de eleger um deputado.

Dos géneros jornalísticos considerados neste estudo, a reportagem foi o mais utilizado. Por sua vez, o espaço de opinião foi o que teve menos destaque durante a semana das eleições e no dia posterior às mesmas. Outra linha de análise importante para perceber o destaque das Eleições Europeias, foi o tempo dedicado aos candidatos dos vários partidos, verificando-se assim um grau equitativo, no que diz respeito ao tempo médio das peças (cerca de dois minutos).

Como esperado, o dia seguinte às eleições foi aquele em que se deu mais relevância a este ato eleitoral. Foram praticamente 45 minutos do *Jornal da Noite* dedicados ao balanço dos resultados a nível nacional e europeu, com diretos das principais cidades europeias. Houve também uma pequena entrevista ao líder do PAN, partido que entrou pela primeira vez no Parlamento Europeu. Destacar ainda que, no final das peças sobre os resultados eleitorais e da entrevista, houve a análise com dois comentadores residentes.

No que diz respeito à realização dos diretos, constatou-se que nem todos os partidos tiveram oportunidade dar uma entrevista em direto. Encontram-se nesta situação o PDR, de Marinho e Pinto, mas também o PAN, partido com representação na Assembleia da República Portuguesa. Assim, só houve diretos com os cinco maiores partidos nacionais: PS, PSD, BE, CDU e CDS. De referi ainda que, no último dia de campanha, o PS e o PSD tiveram maior tempo de antena, o que se pode explicar por serem os dois maiores partidos portugueses.

Outra conclusão importante do estudo desenvolvido diz respeito ao “lugar da Europa” na cobertura televisiva desta campanha eleitoral. Assim, verificou-se que esta ficou marcada pelos ataques entre os adversários, principalmente entre o PS e o PSD, o que fez com que os assuntos europeus fossem muitas vezes relegados para segundo plano. Estas guerrilhas foram evidenciadas pelos meios de comunicação social, principalmente nos espaços dedicados aos debates eleitorais, transmitidos pela SIC.

As conclusões do estudo, vão ao encontro das apresentadas pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), que publicou um relatório sobre a

cobertura mediática feita pelas televisões e rádios das Eleições Europeias 2019<sup>32</sup>. No que diz respeito à SIC, o relatório conclui que “é patente a saliência da cobertura dada aos cabeças de lista e aos secretários-gerais dos partidos candidatos com assento no Parlamento Europeu”, bem como, “nem sempre as peças contêm conteúdos temáticos que remetam para assuntos europeus. Este facto pode ocorrer por seleção dos órgãos de comunicação social ou por omissão das próprias candidaturas”. Importante destacar ainda a natureza das peças e a análise dos diretos. Sobre estes assuntos, a ERC afirma que as peças são “maioritariamente editadas, sendo residual a presença de peças de análise política e de opinião. A crónica jornalística está presente na rubrica ‘Um minuto de campanha’, que apresenta momentos risíveis dos candidatos em campanha. Não se observa a existência de peças de entrevista” e, no que toca aos diretos, “a maioria (...) cobre ações de campanha dos partidos - almoços, jantares, comícios.”<sup>33</sup>

Se formos a comparar a cobertura noticiosa da RTP, SIC, TVI e CMTV, verificamos que há algumas diferenças, mas são muitas as semelhanças. A SIC foi quem fez uma cobertura mais intensiva, fruto das 189 peças, já a CMTV foi quem fez uma cobertura menos exaustiva, foram apenas 27 peças transmitidas. No geral, em todos os canais, cerca de 80% das peças concentram-se nos protagonistas das cinco candidaturas com deputados eleitos para o Parlamento Europeu, em 2014. Outro facto comum interessante é, muitas vezes, a ausência de assuntos europeus, transversal a todas as estações. O facto da maioria das peças serem editadas ou a pouca utilização ao direto são também fatores comuns a todos.<sup>34</sup>

Estas eleições, consideradas por alguns jornalistas e comentadores como as mais importantes de sempre, dado o atual contexto vivido, ficaram também marcadas por alguns desafios que os meios de comunicação enfrentam, entre os quais se destacam as mudanças a nível tecnológico. Como denota o diretor de Informação da SIC, Ricardo Costa, as redes sociais são um verdadeiro desafio. “O que podíamos ter melhorado era ter apostado mais nas redes sociais. Fizemos uma campanha muito fraca a este nível. Acho que foi uma falha porque é mais fácil dizer que fazer. E não termos acompanhado

---

<sup>32</sup> ERC. [Internet]. Disponível em <http://www.erc.pt/pt/noticias/erc-publica-relatorio-sobre-cobertura-jornalistica-das-eleicoes-europeia-de-2019> [consultado em outubro 2019].

<sup>33</sup> ERC. [Internet]. Disponível em <http://www.erc.pt/pt/noticias/erc-publica-relatorio-sobre-cobertura-jornalistica-das-eleicoes-europeias-de-2019> [consultado em outubro 2019].

<sup>34</sup> ERC. [Internet]. Disponível em <http://www.erc.pt/pt/noticias/erc-publica-relatorio-sobre-cobertura-jornalistica-das-eleicoes-europeia-de-2019> [consultado em outubro 2019].

esta fragmentação é um desafio muito complicado para os *media*, porque somos menos e temos de estar em mais frentes, e acho que essa foi a principal falha”, destaca.<sup>35</sup>

Finalmente, considero que estas eleições tiveram um papel fundamental na forma como se olha para Parlamento Europeu. Se o crescimento da extrema-direita era visto como uma ameaça, o seu fraco desempenho permitiu dissipar alguns receios. A saída do Reino Unido da União Europeia foi outro dos assuntos que marcaram (e continuam a marcar) a agenda mediática.

Desta forma, percebi que a Europa está em constante mudança, e que os desafios que enfrenta são cada vez mais exigentes. É, por isso, necessário acompanhar as alterações na União Europeia, tendo os *media* um papel crucial na maneira como as notícias são transmitidas ao público, contribuindo para que este esteja melhor informado.

A fraca participação dos eleitores portugueses nas Europeias e a falta de conhecimento sobre o funcionamento da Europa, como a importância para a vida nos cidadãos, são aspetos importantes para refletir até que ponto a o desinteresse e/ou a falta de informação passa pela forma como os *media* transmitem a mensagem. O pouco destaque dos assuntos europeus, numas eleições que deviam ser focadas na Europa, leva-me a pensar que os órgãos de comunicação social necessitam de repensar a forma como transmitem a informação ao público, contribuindo para que este esteja bem informado e se envolva e participe nos processos eleitorais, promovendo, assim, uma melhor ordem democrática.

---

<sup>35</sup> Entrevista Ricardo Costa (Apêndice 2).

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ansolabehere, S. & Iyengar, S. (1995). *Going Negative: How Political Advertisements Shrink & Polarize the Electorate*. New York: The Free Press.

Ansolabehere, S., Iyengar, S., Simon, A., & Valentino, N. (1994). Does Attack Advertising Demobilize the Electorate? *In The American Political Science Review*, 88(4), pp.829-838.

Banducci, S. A., & Semetko, H. A. (2003). Media and Mobilization in the 1999 European Parliamentary Election. *In M. Bond (Ed.), Europe, Parliament and the Media* (pp. 189-204). London: Federal Trust.

Bennett, W. L. (2001). *News: the politics of illusion*. New York: Addison Wesley Longman.

Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communications Research*. New York, NY: Free Press.

Berganza, R. (2008). *Las elecciones al Parlamento Europeo como comicios de segundo orden. Estudio de la cobertura informativa en televisión (1999-2004)*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 14, pp.15-31.

Berganza, R. (2009). *Framing the European Union and Building the Media Agenda: The 2004 European Parliamentary Elections in the Spanish Daily Press*. *Journal of Political Marketing*, 8(1), pp.59 – 69.

Coleman, S. e Butler, D. (2000). *Televised Election Debates-International Perspectives*. New York: St. Martin's Press.

de Vreese, C. H. (2001). 'Europe' in the News: A Cross-National Comparative Study of the News Coverage of Key EU Events. *European Union Politics*, 2(3), pp.283-307.

de Vreese, C. H. (2003). *Framing Europe: television news and European integration*. Amsterdam: Aksant.

de Vreese, C. H., & Boomgaarden, H. G. (2006). *Media Effects on Public Opinion about the Enlargement of the European Union*. *Journal of Common Market Studies*, 44(2), pp.419–436.

de Vreese, C. H. (2006). Continuity and Change: The 2004 European Elections in the Netherlands. In M. Maier & J. Tenscher (Eds.), *Campaigning in Europe: Parties, Campaigns, Mass Media and the European Parliamentary Elections 2004* (pp. 207-218). London: LIT Publishers.

Figueira, J. (2009). *Jornalismo em liberdade*. Coimbra: Almedina.

Figueiras, R. (2005). *Os comentadores e os Media: os autores das colunas de opinião*. Lisboa: Livros Horizonte.

Figueiras, R. (2008). *O comentário político e a política do comentário*. Lisboa: Livros Horizonte.

Filmaizer, P. (2006). *Campaigning and Media in Austria: Lessons to be learned from the “HPM Phenomenon” in the European Parliamentary Elections*.

Freire, A. (2005). Eleições de segunda ordem e ciclos eleitorais no Portugal democrático, 1975-2004. In *Análise social*.

Graber, D. A. (1976). *Press and TV as Opinion Resources in Presidential Campaigns*. *The Public Opinion Quarterly*, 40(3), pp.285-303.

Jaspers, J.J. (1998). *Jornalismo Televisivo: princípios e métodos*. Coimbra: Minerva Coimbra.

Leroy, P., & Siune, K. (1994). *The Role of Television in European Elections: The Cases of Belgium and Denmark*. *European Journal of Communication*, 9(1), pp.47-69.

Lopes, Felisbela (1999). *O telejornal e o serviço público*. Coimbra: Minerva.

Lopes, F. (2012). *20 anos de Televisão Privada em Portugal*. Lisboa: Guerra e Paz.

Martins, A. I. (2012). As eleições europeias de 2009 na imprensa portuguesa: das rotinas em Bruxelas à cobertura jornalística. In Figueiras, R. ed. *Os Media e as Eleições. Europeias, Legislativas e Autárquicas de 2009*, Lisboa, Universidade Católica Editora, pp. 71-94.

Mesquita, M. (2004). *O quarto equívoco – o poder dos media na sociedade contemporânea*. 2ªed. Coimbra: Minerva Coimbra.

Norris, P. (2000). *A virtuous circle: political communications in postindustrial societies*. New York: Cambridge University Press.

Reif, K. e Scmitt, H. (1980). *Nine second-order national elections — a conceptual framework for the analysis of European election results*. *European Journal of Political Research*, 8, pp. 3-44.

Salgado, S. (2007). *Os veículos da mensagem política. Estudo de uma campanha eleitoral nos média*. Lisboa, Media e Jornalismo. Livros Horizonte.

Santo, P. E. (2008). Surgimento e condicionantes das sondagens em Portugal. *Observatório Journal*, 7, pp. 153-179.

Sartori, G. (2000). *‘Homo videns’: televisão e pós pensamento*. Lisboa: Terramar.

Schmitt, H. (2005) As eleições de Junho de 2004 para o parlamento Europeu: ainda eleições de segunda ordem? *In Análise Social*, vol. XL (177), pp. 765-794.

Serrano, E. (2005). *Para um estudo do Jornalismo em Portugal (1976-2001) Padrões Jornalísticos na cobertura das eleições presidenciais*. Tese Doutoramento, Instituto Superior de Ciências e Tecnologias Empresariais.

McNair, B. (2000). *Journalism and democracy*. London: Routledge.

Nunes, F. (2005). Eleições de segunda ordem em Portugal: o caso das europeias de 2004. *In Análise Social*, 40(177), pp. 795-813. Disponível em: <http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1218711709C7rSL5jl1Ln06DX9.pdf>

[consultado em 4 de setembro]

Pereira, J. S. (2016). *Política e Entretenimento*. Fundação Francisco Manuel dos Santos: Lisboa.

Peter, J., Semetko, H. A., & de Vreese, C. H. (2003). *EU Politics on Television News: A Cross National Comparative Study*. *European Union Politics*, 4(3), pp.305-327.

Schoenbach, K., & Lauf, E. (2002). *The “Trap” Effect of Television and Its Competitors*. *Communication Research*, 29 (5), pp.564-583.

Sena, N. M. (2007). A tribuna pública do comentário político em televisão. In Manuel Meirinho Martins (coord.), *Comunicação e Marketing Político, Contributos Pedagógicos*, Volume 2. Lisboa: UTL-ISCSP.

Soares, A.G. (1999). Uma união cada vez mais estreita. In *Análise Social*, vol XXXIV (151-152), pp.397-423.

Traquina, N. (2000). *O Poder do Jornalismo*. Coimbra: Edições Minerva.

## APÊNDICES

### Entrevista nº1 – Cristina Figueiredo, Editora de Política da SIC

#### **Como foi a preparação da campanha eleitoral?**

Primeiro, tivemos que ver o calendário, quando é que íamos para a estrada. Fizemos coincidir isso com o calendário formal. A campanha eleitoral começava numa segunda-feira e nós decidimos arrancar no sábado, dois dias antes, porque nesse fim-de-semana já havia plena atividade de campanha. Entendemos que fazia mais sentido fazer uma atividade regular de acompanhamento já nesse sábado. A opção teve um pequeno “incidente” porque o PS nesse sábado não tinha nada. Dava-se o caricato de termos peças de rua, exceto o PS. O José Manuel Mestre foi para a porta do PS dizer que não tinha nada. Obviamente, não podíamos não ter nada do PS...

#### **Os partidos começaram a ter atividades partidárias com algum tempo antes da campanha oficial começar...**

Já tinhas os principais cabeças de lista dos principais partidos. O Rangel (PSD), o Pedro Marques (PS), o Nuno Melo (CDS), o João Ferreira (CDU), e até a Marisa (BE), já iam tendo coisas com alguma regularidade, mas nós íamos sempre que eles estivessem com o líder, porque íamos pelo líder. Eles começaram a ir com alguma regularidade para a estrada, a partir de março, e a partir daí já tinha coisas praticamente todas as semanas.

#### **Que balanço fazes da campanha?**

Quem já faz campanhas eleitorais há muitos anos, como é o meu caso, tem sempre a renovada esperança, de que as campanhas se renovem, que haja qualquer coisa diferente. Aquele modelo da visita à feira, almoço com militantes, discurso para o jornal, depois volta à estrada, volta ao jantar, ao comício, faz discurso para o jornal... já está um bocadinho estafado. Verificou-se que basicamente tudo se manteve como sempre, e apesar de se notar que há um ligeiro “levantar do pé do acelerador”, porque já não se fazem tantos quilómetros como se fazia até há não muito tempo, mesmo assim, continuam a fazer-se demasiados quilómetros para tão pouca substância. Depois há um problema que é o facto de que na televisão não teres muito espaço. O tempo é muito limitado. Definimos na SIC um tempo máximo de 2 minutos em cada peça para o *Jornal da Noite*, porque tomámos a opção de acompanhar em contínuo, com duas

equipas, os principais partidos. E são principais partidos aqueles com assento parlamentar na Assembleia da República, não é assento no Parlamentar Europeu.

### **Mas nesse caso o PAN não teve a mesma cobertura...**

É verdade, é verdade, o PAN não teve a mesma cobertura. Também entra aqui um critério de representatividade. Os nossos meios são limitados, temos que ter algum critério, em primeiro lugar é esse, o de serem partidos com representação parlamentar e depois em termos de representatividade. O PAN está a crescer mas ainda é um pequeno partido e entendemos que não se justificava ter uma equipa a acompanhá-lo em permanência como os outros.

### **Não se justificava pelas ações de campanha ou pelos meios disponíveis?**

Em primeiro lugar por uma questão de meios, porque mesmo assim dispusemos de duas equipas para cada partido. Tivemos 10 equipas em permanência no terreno e tivemos sempre mais três equipas para acompanhar outros partidos. Não lhe vou chamar pequenos partidos, mas outros...

### **Mas objetivamente são pequenos partidos...**

São, objetivamente são. Enfim, podíamos ter acompanhado o Marinho e Pinto, mas entendemos que os dois grandes debates, onde incluímos o Marinho e Pinto e entendemos que devia ser ele que foi eleito há cinco anos e não o MPT, pelo qual ele foi eleito anteriormente e que este ano nem participou, e depois dividimos um segundo debate para outros partidos, no qual incluímos o PAN... E isso de alguma forma ajudou logo a definir como é que iam acompanhar, se bem que o Marinho e Pinto não tinha atividades todos os dias e o PAN não tinha um programa intenso como os outros partidos, portanto não se justificava ter uma equipa em permanência a acompanhar... procurámos fazer reportagem e fizemos com o PAN e com o Marinho duas ou três peças, para passar na generalista e no cabo, mas mesmo assim, com esta distribuição tínhamos em contínuo 13 equipas: 13 jornalistas mais 13 repórteres de imagem. Ora bem, a Política faz-se ao longo do ano com uma equipa que tem oito pessoas. Então, fomos buscar outras pessoas fora da Política e foi um esforço grande para a redação.

**E o contributo deles foi positivo, embora não trabalhem diariamente com assuntos políticos?**

As pessoas que foram escolhidas já fizeram política antes e campanha outras vezes. Escolha dos correspondentes também foi importante para envolvê-los nesta operação de campanha que é uma oportunidade que não têm. A experiência foi a todos os títulos, positiva. Do lado do acompanhamento jornalístico, acho que cumprimos bem o nosso papel. Conseguimos dar uma cobertura, acho que cabal de tudo o que se passou. Claro que havia sempre aspetos que não eram dados da mesma forma.

**Não havia tempo para tudo...**

Sim, mas o jornalismo é isso mesmo, é editares, é escolheres, é teres um olhar sobre as coisas. Os profissionais da SIC tem toda a liberdade para terem o seu próprio olhar e transmitirem aos espectadores aquilo que eles viram e que, do seu ponto de vista, é o mais importante para aqueles dois minutos, porque não há espaço para mais.

**Tínhamos os partidos pequenos, os comentadores por vezes, mas no *Jornal da Noite*, andava à volta de 20 minutos.**

Não podia ser mais que isso, mesmo assim as peças derrapavam sempre mais uns segundos. Tudo somado, ao fim ao cabo, tinhas sempre pelo menos um quarto de hora todos os dias.

**Nesta campanha, falou-se muito do pouco destaque nos assuntos europeus. Foi mesmo assim?**

As Europeias, por definição, a Europa é uma coisa que está lá longe... As pessoas não têm muito a perceção, e por essa razão, tenhas taxas elevadíssimas de abstenção... As pessoas ainda não se sentem de alguma forma pelo que se passa em Bruxelas. Acresce que este ano tens também as legislativas, o que significa que as Europeias, se são de alguma forma encaradas pelos partidos como um teste ao *status quo*, como está o governo, como está a oposição...

**António Costa disse mesmo que era uma moção de confiança...**

Nestas Europeias em particular, porque tens Legislativas em outubro, ainda mais. E os próprios protagonistas, a começar pelo Primeiro-Ministro fizeram questão de enfatizar esses lados das Europeias. Logo, partiu-se já para a acompanhar a assumir eu isto eram

uma espécie de primárias das legislativas. Logo aí, “arrumaste” um pouco o assunto Europa. O que interessava era quem é que ia ganhar, e a quantos pontos ficava do 2º e 3º lugar. Essa leitura condicionou a campanha e depois o resultado das Europeias. Durante a campanha propriamente dita, é muito difícil estares a falar de Europa, quando fazes exatamente a mesma coisa que fazes nas autárquicas ou nas legislativas, que é visitar mercados, feiras, distribuir o panfleto, a caneta, tudo números pensados para as televisões, que enchem o ecrã, é para isso que as campanhas são feitas e sobra muito pouco tempo para dissertar como é que a Europa resolve a crise migratória ou os efeitos do *Brexit* na economia nacional...

### **Isso acontece porquê?**

A maior parte deles, à exceção Pedro Marques, sabem bem a importância das questões europeias. É como digo, as campanhas não são desenhadas por eles e são desenhadas a pensar nas televisões e a televisão é espetáculo. A televisão é os bombos, as bandeiras, os sons, o cidadão que diz alguma coisa ao candidato...

### **A imagem vive muitos desses momentos, não é?**

Agora se houver um pacto entre candidatos que não vão para as feiras e sentavam-se a debater a Europa...

### **Isso interessaria às pessoas?**

Não sei, nunca se fez. Se fizer debates sobre isto as televisões iam lá? Não sei, mas e se não houver mercado? Se o PSD tiver um debate sobre o Banco Central, vais dar notícias sobre isso? Não sei...

### **O que achas que devia ser alterado na forma de fazer campanha?**

Este modelo tradicional está esgotado. Acho que este modelo não interessa as pessoas na rua, nada. E isso vê-se.

### **Isso influencia a abstenção?**

Não é por veres uma peça na televisão de um candidato que até pode ser do teu partido, numa feira que vais votar. Se já tiveres convencido votas, mas se não... Os almoços e os jantares com militantes, por definição, são um disparate. Normalmente o que tens, são os discursos pela negativa, o ataque aos adversários. Os eleitores estão mais

exigentes, votam em partidos com propostas a sério, ao invés dos maiores, que é mais sobre críticas aos adversários...

### **Casos como *familygate* contribuem para a abstenção?**

A abstenção tem muito a ver com isso. As pessoas não votam porque a “panelinha” está sempre feita para os mesmos. E depois não votam porque não se sentem identificadas com a classe política. Se os partidos conseguirem responder a alguns problemas que as pessoas têm, as pessoas sentem-se mais tentadas a irem votar. O problema é que os grandes partidos acabam por tentar abarcar um grande número de eleitores e têm que ter uns compromissos meio híbridos.

### **Os maiores já não tem grandes resultados. Pode dizer-se que há uma fragmentação partidária?**

Se vires mesmo os grandes estão longe de resultados de outras eras. O PSD teve o resultado historicamente mais baixo de sempre. O PS é o grande vencedor porque a diferença é muita face ao segundo é de 11 pontos e isso é muito.

### **A maioria absoluta é cada vez mais remota e os mais pequenos estão a arrecadar votos?**

O Bloco de Esquerda duplicou o número em relação há 5 anos.

### **As pessoas estão a desligar-se dos grandes?**

Sim, acho que basicamente é isso que vai acontecer. Os *catch all* estão... As pessoas estão fartas dos grandes.

### **Se foros a ver, na França ou Alemanha, não houve nenhum resultado estrondoso.**

Os grandes mantêm um eleitorado muito grande, mas depois tens o crescimento dos alternativos, os chamados extremos que vão crescendo... que dão a cara por aquelas propostas. Tem o eleitorado, nunca podem agradar a toda a gente. A agradarem a poucos não crescem muito. Mas o eleitorado pode crescer. Agora tens as pessoas muito viradas para as alterações climáticas. Isso são questões, que sobretudo os mais jovens, se estão a identificar. O resultado do PAN é muito explicado por isto. Vem muito desse tipo de eleitores jovens e a preocupação é votar em alguém que tenha preocupação efetiva com isto. Não há programa eleitoral nenhum que não fale de alterações climáticas nos últimos anos, mas não vês ninguém que defenda isso como o PAN. Tens

um partido ecologista no parlamento há anos, mas o partido ecologista foi uma maneira habilidosa do PCP cavalgar numa onda verde a crescer na europa, m acabou por ficar como um partido satélite do PCP.

### **Achas que as sondagens podem influenciar o voto dos cidadãos?**

Acho que as sondagens são sempre um indicador importante para se perceber a opinião. O problema de Portugal é que tem poucas empresas... as que existem deram para perceber que ia acontecer o q acabou por acontecer... PS a ganhar, possibilidade de haver eleição de outros partidos... são um indicador, não acho que tenham uma influência no voto.

As pessoas têm um bocadinho de medo das maiorias absolutas. Numas Europeias é útil aos partidos... a maneira como as sondagens são feitas cá.

### **Qual a tua opinião sobre a noite eleitoral?**

A emissão da SIC acho que correu lindamente. Tivemos mais do que uma equipa nos 2 maiores partidos. Foi uma noite relativamente calma porque esperámos pelos resultados de Itália. Foi uma emissão com bastante qualidade. Mesmo os comentadores deram visões diferentes... acho que correu muito bem.

### **Eleições mais importantes de sempre. Partilhas dessa opinião?**

Foram mais importantes porque, de facto, a Europa está a atravessar uma crise. O crescimento dos fenómenos extremistas, sobretudo d edita, é uma preocupação. O projeto europeu tem a virtude de ter posto recobro as guerras do território europeu. É um projeto de paz e achasse uma pena que se deitasse a perder por culpa da própria europa. O que esta a acontecer com o *Brexit* é uma machadada profunda no projeto europeu. Como vamos sair é um desafio...

### **É efetivamente um desafio...**

Se quem ficar a frente das instituições europeias não tiverem pulso, estas Europeias a cada momento são mais importantes, neste momento em particular são muito importantes.

**Como vê a política nos dias de hoje? Continua a ter um papel relevante na sociedade?**

Custa-me a crer que as pessoas não percebam... a política é o que faz o mundo andar para a frente, às vezes andar para trás... continuo a achar que a política é importantíssima, mas a maneira como algumas pessoas vem fazendo política, as pessoas acham que a Política não vale a pena. A política é agir em prol do bem comum, pensar em algo para o nosso bem próprio, é tomares opções que vão condicionar a vida de toda a gente. Vês muita gente agora a aproveitar-se da política para proveito próprio e isso é uma traição. Se as pessoas olham e o que veem é isso...

## **Entrevista nº2 – Ricardo Costa, Diretor de Informação da SIC**

### **Como foi a preparação da equipa?**

Não tem muito que explicar, porque isto parte de um histórico. Já sabemos mais ou menos que equipas são precisas, e depois se pensa que coisas se podem fazer diferentes. Depois também se pensa que espaço temos para pôr as coisas. Há aqui um lado muito diferente da televisão, relativamente ao jornal ou ao *online*. No *online* o espaço é teoricamente infinito. No jornal não é bem assim, mas há mais capacidade de organização e paginação. Nas televisões, as peças vêm feitas e não há possibilidade de as estar a refazer em cima da hora. Portanto, em televisão, quem vai para o terreno já sabe o que vai fazer e que tempo vai precisar. O que aqui houve foi distribuição de equipas pelos partidos, depois algumas coisas diferentes (pequenos partidos, parte dos jovens), e depois houve uma ditadura do tempo. Se “cai” uma peça isso cria um problema de equilíbrio. Nos últimos anos, as campanhas tem sido condicionada pelas questões legais e regulatórias, e dá menos espaço a imaginação face à eficácia e pluralismo.

### **O tempo pode condicionar o trabalho jornalista?**

Condiciona, mas não é necessariamente mau (...) mas este é um período em que a questão do tempo mais condiciona o trabalho dos jornalistas.

### **Acha que o trabalho global da cobertura da campanha foi positivo?**

Acho que sim. Acho que fizemos de longe a melhor campanha... a estratégia da TVI não fez sentido, porque eles dividiram a esquerda e a direita. No caso das Europeias não há nada que ligue PS ao Bloco. Mas isso é uma opção editorial...

### **A taxa de abstenção por que fatores?**

As Europeias são históricas. As pessoas não acham que o seu voto influencie alguma coisa. E depois há uma questão de cansaço geral... e há questões que tem a ver com as campanhas.

Como tens que lá ir, isso não é muito bem entendido pelas estruturas locais... as televisões acabam por ver uma campanha igual as anteriores... há de haver um dia em que essas coisas mudem, mas eu acho que vai ter que ser um dos grandes partidos a

fazer essa mudança para depois os outros irem atrás. Os pequenos já fazem, mas com um efeito muito pequeno, mas vai ter que ser um partido maior a fazer isso. É difícil, é uma discussão sem fim. Mesmo noutros países, há certas questões que se mantêm. Trump fez campanha nas redes sociais mas não deixou de fazer a campanha clássica. O Salvini, que é o político europeu com mais seguidores no *Facebook*, chega a fazer comícios que andam à volta de 1 milhão de pessoas que estão a ver aquele comício... não deixam de percorrer o país todos. Aliás, nas últimas Europeias ele foi um trator a fazer comícios em locais pequenos. A política ao fragmentar-se é um bocado como os *media*, fragmenta-se mas a fragmentação não quer dizer que não tenhas que estar presente nas várias coisas.

### **Sobre os debates, acha que o tema Europa foi descartado no geral?**

É uma questão que não tem solução muito fácil. Há uma grande dificuldade que é a seguinte: em todos os países os temas europeus foram sempre tomados pelos temas nacionais. Em Espanha porque era a ressaca das Legislativas, em França porque era a Frente Nacional contra o Macron, em Itália e na Alemanha era a questão da imigração, na Inglaterra era a questão do *Brexit*, ou seja, praticamente estão tomados por questões nacionais. Mas acho que este ano houve um esforço da comunicação social em levantar questões europeias, mas em campanha é muito difícil, sobretudo quando se está a 3 ou 4 meses de eleições legislativas. É um tema um bocadinho difícil, sinceramente não é isso que explica que as pessoas não vão votar. É mais o tipo de campanha, o tipo de candidatos, etc.

### **Acha que as pessoas estão desligadas da política e simplesmente não querem saber?**

Sim, mas agora em Legislativas as pessoas votam mais, porque acham que isso tem mais a ver com a sua vida.

### **O que é que faria diferente?**

O que podíamos ter melhorado era ter apostado mais nas redes sociais. Fizemos uma campanha muito fraca a este nível. Acho que foi uma falha porque é mais fácil dizer que fazer. E não termos acompanhado esta fragmentação é um desafio muito complicado para os *media*, porque somos menos e temos de estar em mais frentes, e acho que essa foi a principal falha.

### **Como se lida com a opinião dos partidos com as queixas dos mesmos?**

Faz parte do jogo democrático. Enquanto ao longo do ano as questões são mais de valoração, quando chegamos as campanhas questões são mais métricas, são de quantidade. Acaba por ser uma discussão mais formal do que de conteúdo. Nessa altura, há uma preocupação para que as peças entrem, e desse ponto de vista as europeias correram relativamente bem.

### **O PAN tem assento mas não teve a mesma cobertura...**

A campanha deles era fraca nem era especialmente imaginativa... porque é que o Marinho e Pinto estava no primeiro debate? O risco de não o pormos ali era, judicialmente, muito alto. O PAN era um partido com possibilidade de eleger, o qual não podíamos dar uma mega cobertura (fizemos alguns trabalhos com eles) porque a lei diz tendo em conta o atual quadro parlamentar. Da mesma forma que nestas Legislativas agora, o PAN vai ter que ter uma cobertura relativamente intensa. E se aparecer outro partido que pode eleger (estou a falar do Livre ou do Aliança), eles vão ter exatamente a mesma situação. Não é a falta ou a cobertura que faz com o que os partidos elejam ou não elejam. Porque o PAN como se viu elegeu por duas vezes. E o Livre teve imensa cobertura, e não elegeu. Esses partidos que são mais pequenos, e que estão a tentar eleger um ou dois deputados, tem um grande trabalho de redes sociais e outras maneiras disputar eleitorado, mas os que conseguiram eleger, não foi por causa da cobertura...

### **As sondagens podem influenciar o voto?**

É outra questão que não tem solução. Tem alguma influência no eleitorado, por outro lado (...) as sondagens são um elemento importante na Política, mas não são as sondagens que determinam. O PAN nenhuma garantia que elegesse. O PAN elegeu mas nenhuma dava o PAN com 4 ou 5 %. (...) acho que não têm uma grande, grande influência. Nestas Europeias, ou nas Legislativas, os dados não estão lançados.

A questão da fragmentação ainda não teve grande expressão... mas ainda não temos uma alteração regular. Mas nestas legislativas não me espantava se outro partido pudesse eleger. O Aliança pode eleger, mas vai depender muito das dinâmicas do PSD e do CDS.

**Quais são aqueles que considera serem os desafios do jornalismo nos dias de hoje?**

Nós hoje em dia temos uma grande fragmentação de consumo (...) isto obriga a uma cadeia de alteração. As linguagens não podem ser iguais e têm que manter a qualidade. Como é que se faz isto com menos recursos? Esse é o grande desafio dos *media*. Os *media* são *mass media*... como é que se aposta nisso tendo retorno financeiro? Uma campanha no *Instagram*, mas como é que fazes dinheiro com o *Instagram*?

## Declaração de Estágio



### DECLARAÇÃO

Para efeitos de apresentação no Gabinete de Estágios e Integração na Vida Profissional da Escola Superior de Comunicação Social, e a pedido do interessado se declara que, FLÁVIO DANIEL MENEZES BÁRTOLO, titular do Cartão de Cidadão 15151522 0 ZY9, realizou o seu estágio curricular, com início a 9 de janeiro e término no dia 8 de julho de 2019, na Direção de Informação da SIC - SOCIEDADE INDEPENDENTE DE COMUNICAÇÃO, S.A., em Paço de Arcos.

Por ser verdade, foi feita e assinada a presente declaração.

Paço de Arcos, 26 de setembro de 2019

Direção de Recursos Humanos

**SIC**  
Soc. Independente de Comunicação, S.A.  
NIF 501 940 026  
RECURSOS HUMANOS  
Rua Celvet de Magalhães, N.º 242  
2770-022 PAÇO D'ARCOS

Flávia Polites

Coordenadora de RH

SOCIEDADE INDEPENDENTE DE COMUNICAÇÃO, S.A.  
CAPITAL SOCIAL € 24 440 358 • NIPC 501 940 026 • CRC DE OBRAS Nº 8873  
ESTRADA DA OUTURELA, 118 • 2794-052 CARNAIXIDE • PORTUGAL • TELEF. 21 417 95 58  
DELEGACÃO NORTE: RUA CONSELHEIRO COSTA BRAGA, 502 • 4450-102 MATOSINHOS • PORTUGAL • TELEF. 32 643 70 00