



ESCOLA SUPERIOR  
DE **COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**A cobertura jornalística das eleições legislativas de 2025: o  
Juntos pelo Povo no *Correio da Manhã* e *Público***

**Catarina Rodrigues da Silva**

Dissertação submetida como requisito para obtenção do  
grau de Mestre em Jornalismo

Dissertação orientada por:  
Professor Doutor Pedro Marques Gomes  
Prof. Adjunto da ESCS-IPL

**Outubro de 2025**

## **Agradecimentos**

*A decisão de estudar em Lisboa já existe desde que ingressei na licenciatura na Ilha da Madeira. A vontade de conhecer outra realidade e ter uma experiência fora da minha zona de conforto era algo que esteve sempre presente nos meus planos. Por este motivo, decidi ingressar no Mestrado em Jornalismo na ESCS e conquistar mais um passo daquele que acredito ser o caminho certo para me tornar uma boa profissional de comunicação. Foram dois anos intensos, com altos e baixos, em que me senti muitas vezes sozinha, mas sempre com a certeza de que valeria a pena e que tinha as minhas pessoas sempre presentes no coração.*

*Desta forma, não posso deixar de agradecer àqueles que me ajudaram a concluir mais uma etapa tão importante da minha vida académica e profissional. À minha mãe, Nélia Rodrigues, pelo apoio incondicional que sempre me deu e por amparar os meus choros de madrugada quando eu achava que não ia conseguir. Obrigada por me apoiares nos meus sonhos, mesmo que impliquem estar longe de casa. Ao meu pai, Martinho Silva, pela força que sempre me deu e pelos conselhos sábios que me dava sempre que visitava a ilha. Obrigada, por me fazer acreditar que consigo tudo o que eu quiser com trabalho e dedicação. Às minhas manas, Nádia Ornelas, Rubina Silva e Carolina Silva, por nunca me deixarem desistir e me fazerem acreditar que estava no caminho certo. Obrigada por ouvirem sempre os meus dilemas e nunca me largarem a mão. Ao meu cunhado, Luís Gomes, por todo o apoio e força, principalmente nesta fase final. Sem ti não tinha conseguido realizar esta dissertação. Quero também expressar a minha gratidão ao meu orientador de mestrado, o professor Pedro Marques Gomes. Pela paciência, calma e sabedoria. Todas as suas palavras e conselhos fizeram com que a entrega desta dissertação fosse possível. Ao deputado Filipe Sousa e ao assessor Gonçalo Amaro pela disponibilidade e simpatia. Obrigada por, no meio de tantos compromissos, conseguirem incluir a entrevista na vossa agenda. A todos os meus amigos, pela força, energia e conselhos. Em especial à Elisa e à Carlota, por me darem colo nesta fase final. À ESCS, por todas as aprendizagens, momentos e pessoas que certamente vou levar para a vida. Obrigada por me ensinares tanto. A ti, Lisboa, que foste casa quando estava longe da minha ilha. Obrigada por todos os ensinamentos e experiências. Por fim, e sem querer esquecer-me de alguém, deixo um agradecimento geral a todos aqueles que direta ou indiretamente me apoiaram e contribuíram para a concretização de mais uma etapa na minha vida. Em particular a todos os que me acompanharam nestes dois anos de mestrado. Obrigada!*

## **DECLARAÇÃO ANTI PLÁGIO**

Declaro, por minha honra, que a presente dissertação é um trabalho original da minha autoria para a obtenção do grau de Mestre em Jornalismo. Atesto ainda que todas as citações se encontram devidamente identificadas e acrescento ter consciência de que o plágio poderá levar à anulação do trabalho apresentado.

Lisboa, 17 de outubro de 2025

A candidata,

Catarina Silva

Catarina Silva

## Resumo

A presente dissertação de mestrado tem como objetivo analisar a cobertura jornalística das eleições legislativas realizadas, em Portugal, a 18 de maio de 2025. Neste ato eleitoral, o partido político Juntos pelo Povo conquistou assento parlamentar pela primeira vez na história, razão pela qual daremos particular destaque à análise da sua representação jornalística.

Assim, pretende-se compreender que tipo de atenção o Juntos pelo Povo recebeu nos jornais *Correio da Manhã* e *Público*, dois órgãos de informação com linhas editoriais distintas, contribuindo para o conhecimento, a reflexão e o debate acerca da representação jornalística, do pluralismo nos *media* e da visibilidade dos partidos regionais. O *corpus* de análise é constituído por todas as peças jornalísticas sobre a temática das eleições, publicadas nas edições impressas dos dois jornais, entre os dias 4 de maio e 25 de maio de 2025. Este período abrange o período de campanha eleitoral (4 a 16 de maio), o dia das eleições (dia 18 de maio) e os dias imediatamente posteriores ao ato eleitoral (19 a 25 de maio).

A investigação centrou-se na pesquisa documental, que inclui toda a revisão de literatura, e na análise de conteúdo das peças jornalísticas. As conclusões da presente dissertação revelam que o Juntos Pelo Povo recebeu um maior destaque mediático após o ato eleitoral, sendo pouco valorizado durante o período de campanha oficial.

**Palavras-chave:** Cobertura Jornalística; Eleições; Jornalismo de Política; Juntos pelo Povo.

## **Abstract**

This master's dissertation examines the journalistic coverage of the Portuguese legislative elections held on May 18, 2025. In this election, the political party *Juntos pelo Povo* secured a parliamentary seat for the first time in its history. For this reason, particular attention is devoted to analyzing how the party was represented in the press.

The study seeks to understand the extent and nature of the attention given to *Juntos pelo Povo* in *Correio da Manhã* and *Público*, two newspapers with markedly distinct editorial orientations. By doing so, it contributes to the broader reflection on journalistic representation, *media* pluralism, and the visibility of regional political movements. The *corpus* of analysis includes all news articles published in the print editions of both newspapers between May 4 and May 25, 2025, a period covering the official campaign (May 4–16), election day (May 18), and the immediate post-election days (May 19–25).

Methodologically, the research combines documentary analysis, including a comprehensive literature review, with content analysis of the journalistic pieces. The findings indicate that *Juntos pelo Povo* received significantly greater *media* attention after the election, while being comparatively underrepresented during the official campaign period.

**Keywords:** Journalistic Coverage; Elections; Political Journalism; Juntos pelo Povo.

# ÍNDICE

<b>Introdução.....</b>	<b>10</b>
<b>Capítulo 1 – Enquadramento Teórico.....</b>	<b>14</b>
1.1 O Jornalismo Especializado.....	14
1.1.1. O Jornalismo de Política.....	16
1.1.2. A Cobertura Jornalística de Eleições.....	22
<b>Capítulo 2 – As Eleições Legislativas de 18 de maio de 2025.....</b>	<b>27</b>
2.1. Contexto das Eleições.....	27
2.2. Principais resultados eleitorais.....	28
2.3. O Juntos pelo Povo.....	30
2.3.1. Origem e percurso político.....	30
2.3.2. Candidatura às eleições legislativas de 2025.....	31
2.3.3. Filipe Sousa: perfil do deputado eleito.....	34
<b>Capítulo 3 – Metodologia utilizada, questões de partida e <i>corpus</i> de análise.....</b>	<b>35</b>
3.1. Metodologia, <i>corpus</i> e questões de partida.....	35
3.1.1 Pesquisa Documental.....	36
3.1.2. Análise de Conteúdo.....	37
<b>Capítulo 4 – Análise e Discussão de Resultados.....</b>	<b>40</b>
4.1. Análise de Conteúdo.....	40
4.1.1. Número de peças jornalísticas.....	40
4.1.2. Extensão das peças jornalísticas.....	42
4.1.3. Localização das peças jornalísticas.....	43
4.1.4. Géneros jornalísticos das peças.....	45
4.1.5. A assinatura das peças jornalísticas.....	46
4.1.6. Chamada de primeira página.....	47
4.1.7. Temas principais das peças jornalísticas.....	48
4.1.8. As figuras políticas mencionadas no <i>lead</i> das peças jornalísticas.....	50
4.1.9. Os partidos políticos mencionados no <i>lead</i> das peças jornalísticas.....	52

4.1.10. As figuras políticas mencionadas no texto das peças jornalísticas.....	54
4.1.11. Os partidos políticos mencionados no texto das peças jornalísticas.....	56
4.1.12. Existência de fotografias.....	57
4.1.13. Presença de políticos nas fotografias.....	58
4.1.14. Presença de políticos nas fotografias de primeira página.....	59
4.1.15. Recursos Gráficos.....	60
4.2. O lugar do JPP na cobertura jornalística.....	61
<b>Conclusão.....</b>	<b>65</b>
<b>Bibliografia.....</b>	<b>69</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>74</b>
Anexo 1. Entrevista a Filipe Sousa.....	74
Anexo 2. Tabela completa das figuras políticas identificadas no <i>lead</i> das peças jornalísticas ( <i>Correio da Manhã</i> ).....	84
Anexo 3. Tabela completa das figuras políticas identificadas no <i>lead</i> das peças jornalísticas ( <i>Público</i> ) .....	84
Anexo 4. Tabela completa da presença de partidos políticos no <i>lead</i> das peças jornalísticas ( <i>Correio da Manhã</i> ).....	85
Anexo 5. Tabela completa da presença de partidos políticos no <i>lead</i> das peças jornalísticas ( <i>Público</i> ).....	86
Anexo 6. Tabela completa das figuras políticas identificadas no texto das peças jornalísticas ( <i>Correio da Manhã</i> ).....	87
Anexo 7. Tabela completa das figuras políticas identificadas no texto das peças jornalísticas ( <i>Público</i> ).....	87
Anexo 8. Tabela completa da presença de partidos políticos no texto das peças jornalísticas ( <i>Correio da Manhã</i> ).....	88
Anexo 9. Tabela completa da presença de partidos políticos no texto das peças jornalísticas ( <i>Público</i> ).....	89

Anexo 10. Tabela completa das figuras políticas presentes nas fotografias das peças jornalísticas.....	90
--	----

## ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1. Resultados globais das eleições de 2025.....	29
Tabela 2. Resultados das eleições regionais de 2015, na Região Autónoma da Madeira.....	32
Tabela 3. Número de peças jornalísticas, publicadas por dia em cada jornal.....	40
Tabela 4. Localização das peças, por jornal.....	43
Tabela 5. Assinatura das peças jornalísticas, por jornal.....	46
Tabela 6. Tema das peças jornalísticas, por jornal.....	48
Tabela 7. Figuras políticas identificadas no <i>lead</i> das peças jornalísticas ( <i>Correio da Manhã</i> ).....	50
Tabela 8. Figuras políticas identificadas no <i>lead</i> das peças jornalísticas ( <i>Público</i> ).....	50
Tabela 9. Presença de partidos políticos no <i>lead</i> das peças jornalísticas ( <i>Correio da Manhã</i> ).....	52
Tabela 10. Presença de partidos políticos no <i>lead</i> das peças jornalísticas ( <i>Público</i> ).....	53
Tabela 11. Figuras políticas identificadas no texto das peças jornalísticas ( <i>Correio da Manhã</i> ).....	54
Tabela 12. Figuras políticas identificadas no texto das peças jornalísticas ( <i>Público</i> ).....	54
Tabela 13. Presença de partidos políticos no texto das peças jornalísticas ( <i>Correio da Manhã</i> ).....	56
Tabela 14. Presença de partidos políticos no texto das peças jornalísticas ( <i>Público</i> ).....	56
Tabela 15. Presença de figuras políticas nas fotografias .....	58
Tabela 16. Figuras políticas presentes nas fotografias de primeira página, por jornal.....	59

Tabela 17. Recursos Gráficos presentes nas peças jornalísticas, por jornal.....	60
---	----

## **ÍNDICE DE GRÁFICOS**

Gráfico 1. Extensão das peças jornalísticas, por jornal.....	42
Gráfico 2. Páginas das peças jornalísticas, por jornal.....	44
Gráfico 3. Géneros jornalísticos das peças, por jornal.....	45
Gráfico 4. Chamada de primeira página sobre as eleições.....	47
Gráfico 5. Existência de fotografias.....	57

## Introdução

Esta dissertação de mestrado analisa a cobertura jornalística das eleições legislativas, realizadas em Portugal, a 18 de maio de 2025, procurando compreender, em particular, a atenção dada ao partido Juntos pelo Povo (JPP). Neste sentido, o trabalho é orientado pela pergunta de partida: “Que tipo de destaque o partido Juntos pelo Povo recebeu nos jornais *Correio da Manhã* e *Público* durante a campanha para as eleições legislativas de 2025 e nos dias imediatamente a seguir?”.

“Os *media* são importantes fontes de conhecimento e de apreciação acerca da forma como se desenrolam os processos eleitorais, porque dão a conhecer as últimas notícias e permitem ao eleitor saber como decorre a campanha dos vários candidatos e partidos” (Salgado, 2012: 249). Acresce, como sustenta a investigadora Susana Salgado, que “mais do que veículos de transmissão da mensagem e palcos onde os acontecimentos se desenrolam, os *media* agem sobre as mensagens e influenciam as imagens dos políticos” (Salgado, 2012: 249). A visibilidade das mensagens políticas e a credibilidade conferida pelos *media* é, portanto, fundamental para os agentes políticos.

Partindo destas premissas, a decisão de analisar este tema decorre, em primeiro lugar, da relevância democrática do acontecimento em causa: as eleições legislativas. Por outro lado, esta foi a primeira vez que um partido madeirense, o Juntos pelo Povo, conquistou representação parlamentar na Assembleia da República, o que confere originalidade a esta dissertação. O marco, considerado histórico, suscitou interesse e curiosidade a nível regional e nacional. Assim, esta investigação visa analisar e compreender como dois jornais nacionais, com linhas editoriais distintas, trataram este fenómeno.

A escolha deste tema deve-se também ao facto de estarmos perante um fenómeno recente e por isso ainda pouco explorado pelos estudos académicos. Por isso, esta investigação visa contribuir para a reflexão acerca do jornalismo de política e da cobertura mediática de partidos com menor expressão (e dos partidos regionais), que são, frequentemente, marginalizados na agenda informativa.

A entrada do JPP no Parlamento constitui um marco simbólico na relação entre a realidade regional e o discurso mediático nacional, pelo que estudar o modo como os órgãos de informação nacionais tratam este fenómeno permite perceber as lógicas editoriais e

discursivas que influenciam a visibilidade (e/ou a invisibilidade) dos partidos e figuras políticas no espaço público.

O processo investigativo que orientou esta dissertação implicou a adoção de metodologias quantitativas e qualitativas. Numa primeira instância recorreu-se à pesquisa documental, com o objetivo de construir uma base sólida que sustentasse a investigação. Em seguida, procedeu-se a uma análise de conteúdo do *corpus* selecionado, que incluiu todas as peças jornalísticas publicadas nestes jornais acerca das eleições legislativas de 2025, incluindo conteúdos relativos às atividades de campanha, debates, resultados pós-eleitorais, entre outros temas, conforme apresentado na tabela 6 desta investigação. A análise recaiu sobre as edições impressas de dia 4 a 16 e de 18 a 25 de maio nos jornais *Público* e *Correio da Manhã*.

A dissertação está organizada em quatro capítulos principais. O primeiro corresponde ao enquadramento teórico ou revisão de literatura. Nesta parte do trabalho são desenvolvidos três aspetos essenciais para a pesquisa desta temática. Em primeiro, a especialização jornalística, depois o jornalismo de política e, por fim, a cobertura jornalística de eleições. Encontra-se, ainda neste capítulo, a contextualização das eleições legislativas de 2025, com referência às razões que levaram à sua antecipação, bem como aos principais resultados daí decorrentes.

A abordagem da especialização jornalística na revisão de literatura fornece o mote para a investigação, na medida em que permite compreender as transformações estruturais e profissionais que moldam o jornalismo de política contemporâneo. Além disso, esta representa uma resposta às exigências de um público cada vez mais segmentado, que procura conteúdos específicos e aprofundados. Dominique Marchetti é - a par de nomes como Fernández del Moral, Esteve Ramírez e Jaime Lourenço - um dos autores mencionados, referindo que o jornalismo especializado se articula num espaço de tensão entre as lógicas internas das redações e as lógicas externas dos campos sociais que cobre, o que coloca exigências acrescidas.

No contexto deste trabalho, a atenção centra-se numa especialidade jornalística em concreto: o jornalismo de política. Esta área constitui um campo privilegiado de análise, no sentido em que reflete uma relação interdependente e histórica que prevalece até hoje entre os campos político e jornalístico. Esta interdependência constitui um espaço de mediação crucial entre o poder e os cidadãos, sendo os jornalistas mediadores da informação que chega ao público. Neste domínio, são abordados vários autores relevantes que definem o jornalismo de política. Carla Baptista, por exemplo, defende que é fundamental compreender esta especialização para analisar como as práticas profissionais, rotinas produtivas e os enquadramentos noticiosos

influenciam a percepção pública da realidade política. Num tempo em que a mediatização política e o imediatismo são cada vez mais evidentes, revela-se importante refletir sobre a maneira que o jornalismo de política equilibra a função informativa com as pressões que moldam a produção noticiosa.

De seguida, abordamos a temática da cobertura jornalística de eleições, relevante no estudo das interações entre *media*, política e democracia. Tendo em conta que as eleições constituem momentos privilegiados de observação do funcionamento do jornalismo de política, torna-se pertinente aprofundar o estudo da cobertura das eleições. No período de eleições são reveladas as dinâmicas de poder e de mediação que caracterizam o espaço público contemporâneo.

Entre os autores que suportam esta parte do trabalho encontram-se Estrela Serrano, cujo estudo sobre o jornalismo de política em Portugal influenciou a construção da nossa grelha de análise, Susana Salgado, Jesper Strömbäck e Adam Shehata. Serrano reconhece que os órgãos de comunicação social se assumem como atores políticos centrais no processo eleitoral. Assim, conseguem influenciar a visibilidade dos candidatos, a definição dos temas e ainda a percepção pública. A cobertura mediática das campanhas é muito influenciada pelas rotinas jornalísticas e tende a privilegiar a dramatização, a personalização e o imediatismo. Refletir e aprofundar acerca deste tema permite, assim, entender a forma como o jornalismo estrutura o discurso político e contribui ou não para o fortalecimento do pluralismo e da participação cívica.

Posteriormente, no segundo capítulo, procuramos situar o JPP em termos históricos, olhando para o seu percurso regional e nacional, assim como o do seu líder, Filipe Sousa. No terceiro capítulo, estão assentes os pressupostos metodológicos deste estudo e as justificações acerca das opções de análise. Ainda nesta parte do trabalho é apresentado o *corpus* de análise escolhido e as questões de partida que orientaram a investigação.

No quarto e último capítulo, é apresentada a análise de conteúdo das peças jornalísticas divididas por diferentes variáveis. Os resultados de cada uma das variáveis foram representados graficamente ou em tabelas, consoante o formato que melhor permitia representar e interpretar os dados obtidos. Através desses recursos gráficos é possível comparar a cobertura jornalística de cada um dos jornais e refletir acerca do modo como a imprensa nacional representa cada partido, com destaque para o JPP. De uma forma mais abrangente, procuramos também compreender como foi feita a cobertura de eleições em geral.

Além deste objetivo geral, foram identificados objetivos mais específicos como:

- 1) Analisar o destaque mediático atribuído ao JPP antes e imediatamente depois das eleições de 2025;
- 2) Identificar os temas predominantes da cobertura feita pelo *Correio da Manhã* e *Público*;
- 3) Identificar os dias em que Juntos pelo Povo surge mais vezes noticiado;
- 4) Identificar se o Juntos pelo Povo é mais mediatizado em altura de campanha ou no período pós-eleitoral;
- 5) Comparar as diferenças editoriais entre os dois jornais no tratamento da informação sobre o JPP.

Por último, apresentam-se as principais conclusões desta investigação e a bibliografia consultada.

# Capítulo 1 – Enquadramento Teórico

## 1.1. O Jornalismo Especializado

O conceito de jornalismo de especialidade tem vindo a ganhar destaque, tanto no exercício da profissão como no plano da investigação académica, que tem estudado as suas especificidades e relevância na atualidade. O jornalismo de especialidade refere-se a uma área (ou um subcampo) do jornalismo que se dedica a cobrir e analisar uma determinada área específica do conhecimento. Nesse sentido, mantém sempre um nível de relação e tensão com uma determinada área do conhecimento, como são os casos da economia, política, saúde e educação (Marchetti, 2020). Esta constatação leva a que Dominique Marchetti sustente:

É necessário cruzar as lógicas específicas desses subcampos com lógicas externas: as lógicas das redações ou dos tipos de veículos dos *media* que também constituem espaços relacionais, as do campo jornalístico como um todo, e finalmente, as dos espaços sociais que são mediatizados (Marchetti, 2020: 266).

O jornalismo de especialidade encerra em si uma complexidade a que vários autores têm aludido e que vale a pena explorar neste trabalho, focando, em particularidade, o domínio da política, área a que nos dedicamos nesta dissertação.

Atualmente, o público exige conteúdos específicos, ligados aos seus interesses, que sejam abordados com profundidade e rigor. Por outras palavras, a audiência exige qualidade informativa (Conde, 2005). Assim, a especialização jornalística surge como resposta a um novo perfil de audiências com maior exigência sobre conteúdos, desejando-os mais aprofundados, rigorosos e fiáveis (Conde, 2005). Por essa razão, a especialização não se resume à divisão de uma redação por editorias. A especialização implica a adoção de metodologias próprias, formas narrativas específicas e uma redefinição do papel do jornalista especializado em determinadas áreas (Pérez, 1998).

A especialização jornalística implica o desenvolvimento da divisão técnica das redações, mas um jornalista especializado deve ocupar uma posição intermédia entre o saber e o senso comum (Lage, 2005). Um jornalista especializado deve possuir um conhecimento sólido sobre o tema que trata diariamente.

Fernández del Moral e Esteve Ramírez (1996) criaram o conceito de *Información Periodística Especializada* (IPE). Na prática, trata-se de um modelo comunicativo orientado para a tradução de conhecimentos complexos, através de uma linguagem simples e acessível, sem esquecer a profundidade temática. Jaime Lourenço, que, recentemente, coordenou dois volumes de uma obra dedicada ao jornalismo de especialidade, argumenta que este “segue os mesmos princípios e normas que o jornalismo «generalista»: o interesse público do tema, a aplicação de critérios de selecção, o contacto com fontes e uma escrita clara, compreensível e objectiva para o público a que se dirige” (2024: 37-38). Assim, sustenta o investigador, “o jornalismo especializado caracteriza-se pela divisão de saberes, pela globalização e complexidade do mundo contemporâneo, considerando sempre públicos mais reduzidos” (Lourenço, 2024: 37-38).

Um jornalista especialista numa área, capaz de conjugar a profundidade temática com a simplicidade da linguagem, deve apostar numa formação contínua, num domínio técnico e na experiência para o exercício correto da profissão (Bahia, 1990). O jornalismo de especialidade é uma necessidade social e é crucial para o desenvolvimento das relações sociais. Tanto assim é que o jornalismo especializado também é definido por Juarez Bahia (1990) como uma técnica de tratamento da notícia que se vai aperfeiçoando, consoante vários fatores: 1) a evolução dos meios de produção; 2) as tecnologias industriais e comerciais; 3) as aquisições culturais; 4) as pesquisas; e 5) as experiências científicas. A premissa de que a especialização do jornalismo não se resume apenas ao aprofundar do trabalho jornalístico em áreas como, por exemplo, a política é partilhada por outros académicos.

Frederico Tavares (2009) olha para o jornalismo de especialidade em três dimensões. Além da que está associada a áreas do conhecimento, o autor defende que o jornalismo de especialidade se associa à tipologia dos meios de comunicação social (televisão, rádio, digital e imprensa escrita), implicando ainda a combinação das duas anteriores. O jornalismo cultural impresso e o jornalismo desportivo televisivo são dois exemplos mencionados por Frederico Tavares (2009). Este autor recorre a Fernández Del Moral para esclarecer que “o jornalismo especializado dá aos meios de comunicação a oportunidade de responder aos desafios do conhecimento em uma sociedade”, que se encontra a perder “referências amplas por não saber estabelecer análises profundas e rigorosas da vida cotidiana, relacionando-a à realidade da pesquisa científica” (Tavares *apud* Moral, 2009: 127).

A especialização é vista como um conceito complexo e que exige múltiplas abordagens. Cabe ao jornalista especialista “a função de ser um intermediário entre os especialistas nas distintas áreas do conhecimento e os públicos dos órgãos de comunicação social” (Lourenço, 2024: 38).

### **1.1.1. O Jornalismo de Política**

A política, enquanto especialização jornalística, é uma das áreas mais antigas do jornalismo, tendo sofrido várias transformações nas últimas décadas, sobretudo devido a fatores tecnológicos e organizacionais. Carla Baptista reconhece a existência de uma “relação histórica entre políticos e jornalistas” e afirma que esta tem “privilegiado a orientação para ganhos mútuos” (Baptista, 2024: 63). Defende mesmo que “a relação entre jornalistas e políticos continua a ser um eixo central para avaliar a qualidade da democracia contemporânea” (Baptista, 2024: 68).

A partir dos anos 70 do século XX reconheceu-se a necessidade de “observar de perto as redações para compreender como é que os jornalistas escrevem as notícias” (Baptista, 2024: 65). Verificou-se então que “havia alguma instabilidade nessas escolhas”. O jornalismo refletia “os valores e as normas da profissão, aprendidas e consolidadas em ambientes organizacionais específicos”, mas também “incorporava as expectativas dos leitores e dos públicos, que são geradas e circulam em ambientes sociais que transcendem as organizações jornalísticas” (Baptista, 2024: 65).

Sendo uma “atividade complexa que existe e se vai adaptando numa relação vital com outros atores sociais, incluindo com os públicos e com as fontes de informação” (Baptista, 2024: 65), o jornalismo passou a ser olhado como uma prática fundamental de orientação das democracias e da defesa dos cidadãos (Serrano, 2006a).

Carla Baptista reforça esta ideia e acrescenta que “o jornalismo é uma parte fundamental da cultura contemporânea e o risco da sua extinção ou desfiguração atingem o dinamismo do ecossistema em que as nossas opiniões circulam e as nossas ações transformam a sociedade e a política” (Baptista, 2024: 68). A investigadora revela ainda que, embora o jornalismo de política se contraia, “os conteúdos políticos circulam cada vez mais abundantes” (Baptista, 2024: 67).

O conceito de jornalismo de política, em específico, está ligado à capacidade de este oferecer clareza e precisão de informação aos cidadãos para que estes consigam acompanhar e perceber o meio político que os rodeia (Viner, 2017). Neste sentido, o jornalismo de política representa uma das áreas mais relevantes e influentes da especialização jornalística, não só pela área em que se foca, mas também pela sua relação com os centros de poder. Associado a funções como a mediação entre governantes e governados e a construção da esfera pública, a cobertura política constitui, mais do que uma simples tarefa informativa, um ato interpretativo com impacto na percepção pública da realidade política.

Embora o jornalismo de política esteja ligado à cobertura das figuras com responsabilidades políticas e, por isso, não se poder distanciar desta prática de construção da realidade (Schudson, 2002: 255), é fundamental que este vá à procura de histórias, conhecimentos, ligações e áreas invisíveis diferentes (Viner, 2017).

O trabalho jornalístico na área política caracteriza-se “por uma rede complexa de interações” que exige aos profissionais, para além de conhecimento da área, sensibilidade ética e institucional (Baptista, 2024: 66). Este campo envolve, por vezes, “rígidos códigos de conduta e conhecimento ligados ao funcionamento das instituições”, como partidos, parlamento e governo”, mas também “a adequação às exigências de momentos particulares da vida democrática”, como eleições, e ainda “a gestão da competição e da cooperação com os pares (os outros jornalistas, editores) e o compromisso com o interesse público” (Baptista, 2024: 66).

Dominique Marchetti concorda e completa estas ideias, referindo que os jornalistas especializados “precisam obter uma credibilidade de especialista diante de seus pares, principalmente da chefia da redação do veículo em que trabalham, mas também demonstrar as qualidades exigidas dos jornalistas em geral” (Marchetti, 2020: 247). Mesmo com todas estas pressões, o compromisso com o interesse público prevalece como princípio orientador, reforçando o papel fulcral do jornalismo de política na consolidação da democracia.

Este papel revela-se importante na relação entre os jornalistas e o público, sendo que a confiança com os cidadãos é uma das grandes bases do jornalismo de política. É o jornalista que possui a função de “fazer as perguntas que ninguém faz e desafiar os poderosos” (Viner, 2017). A maior parte do conteúdo com interesse jornalístico surge de declarações das fontes políticas acerca de tópicos que já foram abordados por outras fontes ou pelos próprios órgãos de comunicação social (Sá, 1994).

Pierre Bourdieu, citado por Dominique Marchetti, defende que a articulação do campo jornalístico “em torno de dois polos “generalista/ especialista” remete para as “propriedades do público” e para as “propriedades dos próprios veículos e dos jornalistas” (Bourdieu apud Marchetti, 2020: 242).

Dominique Marchetti (2020) partilha desta ideia e aprofunda-a, defendendo que esta estrutura dual possibilita a compreensão das dinâmicas internas da profissão de jornalista, assim como as desigualdades simbólicas e materiais entre os seus diversos subespaços. Marchetti acrescenta ainda que a “oposição “especialista” / “generalista” é obviamente apenas um dos eixos do espaço jornalístico, na medida em que sabemos que, historicamente, ele se articula em torno dos polos “intelectual” e “comercial” (Marchetti, 2020: 242).

Segundo o autor, em *Os subcampos especializados do jornalismo*, existem três indicadores que permitem especificar o desenvolvimento do jornalismo especializado:

o desenvolvimento de mercados cada vez mais especializados da imprensa e, de forma mais ampla, das mídias, com o surgimento dos veículos audiovisuais temáticos, o recrutamento crescente de profissionais especializados em rubricas dos veículos generalistas (social, economia, ciência, medicina, etc.) e as mudanças que afetaram a oferta de formação. Por um lado, os cursos de jornalismo, credenciados ou não, criaram formações ou opções temáticas (...) e, por outro, emergiram cursos universitários em jornalismo ou mais amplamente em comunicação (Marchetti, 2020: 245).

Para este autor, são três as razões que explicam a necessidade de recrutar um jornalista especialista. “A primeira está relacionada ao facto de que as mídias cobrem cada vez mais atividades da vida social que não existiam antes sob esta forma ou simplesmente eram pouco - ou não eram - cobertas”. A segunda é que o “domínio dos assuntos” sustenta a “credibilidade dos jornalistas”. A terceira e última razão “decorre do desenvolvimento do jornalismo de serviços ou do jornalismo prático” (Marchetti, 2020: 246).

O jornalismo de política configura-se, assim, como uma área de forte concorrência entre profissionais e órgãos de comunicação social. A disputa pelo “furo” jornalístico, pela análise exclusiva ou antecipação de decisões políticas é uma prática constante entre os veículos mediáticos no quotidiano que, em comparação com outras áreas do jornalismo, é muito mais intensa (Tunstall, 1971).

O jornalismo é normalmente compreendido como um “quarto poder”, com responsabilidades de vigilância, transparência e formação da opinião pública. A este propósito Nelson Traquina refere que o “maior poder da nação” foi designado, no século XIX, como “quarto poder” por um deputado do Parlamento inglês (*McCaulay*) que “um dia apontou para a galeria onde se sentavam os jornalistas e os apelidou como o “quarto poder” (tradução do termo inglês «Fourth estate»)” (Traquina, 2020: 31).

Mário Mesquita prefere chamar-lhe o “quarto equívoco”, sustentando que, “embora se tenha autonomizado, de forma notória, em relação às instituições políticas, o «campo dos *media*» continua a ser influenciado, cercado e utilizado por todos os outros poderes, incluindo os económicos e tecnológicos” (Mesquita, 2003: 19).

Outros autores, como Jesper Strömbäck e Adam Shehata, referem que a especialização jornalística possibilita a distinção de domínios dentro da profissão. O jornalismo de política, pela sua proximidade aos centros de decisão e a sua relevância pública, aparece como “a parte mais sagrada do jornalismo” (Strömbäck & Shehata, 2018: 2). Todavia, é considerada uma das áreas mais vulneráveis à crítica e à contestação.

Tradicionalmente, o jornalismo de política é interpretado por estes autores como cumpridor de três funções normativas essenciais: informar os cidadãos de forma rigorosa e completa; fiscalizar os poderes instituídos, atuando como “cão de guarda” (*watchdog*); e, por último, promover a deliberação pública, servindo de fórum de debate (Strömbäck & Shehata, 2018). Estas funções justificam a centralidade desta especialização no universo mediático das democracias modernas, contribuindo para o funcionamento saudável da opinião pública. Segundo os mesmos autores, a concretização plena destas funções é, muitas vezes, comprometida por pressões económicas e organizacionais que limitam a profundidade e diversidade da cobertura jornalística (Strömbäck & Shehata, 2018).

Como lembra Luzia Helfer, vivemos numa era de forte mediatização da política, em que os meios de comunicação social se tornaram, além de canais de informação, arenas simbólicas fundamentais para a disputa de poder. Assim, podemos considerar que a relação entre jornalistas e políticos é interdependente. Segundo Helfer, “os políticos têm noção de que os *media* são a melhor forma de alcançar os eleitores”, da mesma forma que “os jornalistas

dependem dos políticos para obter informações relevantes e conseguir cobrir a política” (Helfer: 2016: 6)<sup>1</sup>.

De facto, essa relação de interdependência entre jornalistas e políticos é uma característica estrutural do jornalismo de política. Tal como referem Serrano e Strömbäck & Shehata, existe, além de uma relação de proximidade funcional, uma tensão recorrente entre os dois campos. Os profissionais do jornalismo necessitam de fontes privilegiadas que permitam acesso a informação exclusiva, credível e rigorosa. Os políticos, por sua vez, dependem dos meios de comunicação para garantir visibilidade e construir uma boa imagem pública junto do eleitorado.

Estrela Serrano refere que a relação do jornalismo com as fontes é “encarada numa perspetiva mais centrada nas relações entre a democracia e o sistema mediático” (Serrano, 2006b: 66). Strömbäck & Shehata mencionam que as notícias sobre política devem ter em conta a pirâmide invertida, serem equilibradas e dar “ênfase a factos verificáveis e fontes atribuídas” (Strömbäck & Shehata, 2018: 12). Os jornalistas e os políticos são atores sociais que se caracterizam por estarem incorporados em estruturas organizacionais que influenciam os dois meios.

Luzia Helfer distingue três níveis de influência que podem auxiliar na identificação das fontes de influência presentes na relação entre os *media* e os políticos, ajudando a perceber como a política pode ser mediatizada. O “nível individual (micro), o nível organizacional (meso) e o nível (macro) do país” (Helfer, 2016: 13). O primeiro foca-se nas características individuais dos jornalistas e dos atores políticos envolvidos no processo de produção e receção da notícia (orientações, políticas, experiência, notoriedade). O nível meso centra-se nas dinâmicas organizacionais dos *media* e dos partidos (linhas editoriais, estrutura das campanhas, recursos logísticos). E, por fim, o nível macro, que considera os sistemas político-mediáticos, os modelos de imprensa, o grau de liberdade jornalística e a cultura política nacional.

A investigadora, a partir de Brown (2011), refere que “o poder dos atores políticos sobre a formação da cobertura dos *media* só pode ser compreendido se partirmos do contexto da competição política e do sistema dos *media*, porque estes, por sua vez, afetam as trocas entre

---

<sup>1</sup> “They know that the *media* are the best way to reach their voters. At the same time, journalists depend on politicians to give them the relevant information to be able to cover politics. As a result, politicians are not only influenced by *media* coverage, they also influence coverage themselves.” (frase original em inglês Helfer, 2016: 6).

jornalistas e as suas fontes (micro), bem como a influência das organizações dos *media* (meso) nesse processo” (Helfer, 2016: 13).

A escrita das notícias revela-se um aspeto pertinente quando se fala na relação entre as figuras políticas e os profissionais do jornalismo. A própria escrita das notícias e a forma como os jornalistas selecionam e constroem a notícia política é influenciada por diversos critérios. Para Carla Baptista, “as notícias seguem a lógica do modelo *win-win* desenhado pela comunicação política” (Baptista, 2024: 63-64) beneficiando todas as partes. Mário Mesquita é mencionado pela investigadora e completa a ideia, demonstrando “como os políticos ganham (credibilidade) quando respondem bem às perguntas difíceis dos jornalistas, e estes ganham (poder simbólico) quando questionam os políticos com severidade e acutilância” (Baptista, 2024: 63-64).

Já Luzia Helfer, propõe uma análise empírica da forma como a política se torna notícia e a notícia se transforma em ação política. Neste sentido, a autora propõe o modelo da “Roda Política-Media” (PMW)<sup>2</sup>, segundo o qual uma ação política só se torna notícia se cumprir certos requisitos: grau de conflito, relevância social, notoriedade dos protagonistas e enquadramento editorial favorável (Helfer, 2016: 9). Por sua vez, a notícia pode desencadear reações políticas como declarações públicas ou iniciativas parlamentares, caso tenha alta visibilidade, tom crítico e ressonância partidária. Helfer explica estas reações através de exemplos. Um dos referidos é que “os políticos são mais propensos a reagir a notícias baseadas em informações reveladas pelos meios de comunicação do que a informações oficiais do governo” (Helfer, 2016: 9)<sup>3</sup>.

O jornalismo de política é também estudado tendo em consideração as suas tendências estruturais. Uma das mais apontadas é o enquadramento da política como jogo estratégico (*game frame*), em que o foco está presente nas sondagens, táticas de campanha e em quem “ganha” ou “perde”, em detrimento da discussão substantiva de políticas públicas (Strömbäck & Shehata, 2018). Outra tendência é a crescente prática do jornalismo interpretativo, no qual os jornalistas, além de relatarem acontecimentos, explicam, analisam e comentam, assumindo um papel quase editorial. Neste sentido, os jornalistas devem possuir “uma voz jornalística dominante; dar explicações jornalísticas, avaliar, contextualizar e

---

<sup>2</sup> Politics-Media Wheel (PMW)

<sup>3</sup> “For instance, when a political scandal breaks, *media* coverage may lead to speculation from political sources about the imminent fall of government. Such reactions give the *media* something to report about in turn.” (frase original em inglês – Helfer: 2016: 9).

especular” indo além dos factos verificados ou declarações que detêm das fontes (Strömbäck & Shehata, 2018: 12).

A este conceito juntam-se a negatividade e conflito que se referem à tendência para valorizar as falhas, escândalos e confrontos. Strömbäck & Shehata citam Schudson (2003) e Patterson (1993) para sustentar o argumento de que uma das características mais encontradas em peças jornalísticas de política é a “tendência para a negatividade e conflitos” (Strömbäck & Shehata, 2018: 13). Na ótica de Strömbäck & Shehata, os órgãos de comunicação social tendem a concentrar as atenções nas más notícias em vez de se focarem nas boas. Uma má notícia, na qual estejam presentes acontecimentos polémicos, poderá suscitar mais interesse do público. Assim, Strömbäck & Shehata defendem que, quando tudo decorre dentro da normalidade, há menos razões para se escrever uma notícia. O “instinto noticioso” é acionado quando algo corre mal (Strömbäck & Shehata, 2018).

O jornalismo de política, enquanto subcampo especializado, ilustra as tensões e ambivalências do jornalismo praticado atualmente. Este representa um espaço de intensa disputa simbólica e ao mesmo tempo uma instância de consagração profissional. Compreender esta especialidade do jornalismo implica reconhecer a sua complexidade estrutural, impacto social e os desafios que coloca à qualidade da democracia. A análise deste subcampo permite compreender como o campo jornalístico se articula com o político e como é que se cruzam entre si. Mesmo com lógicas distintas, ambos configuram o modo de produção de informação e o próprio funcionamento da democracia.

### **1.1.2. A Cobertura Jornalística de Eleições**

As democracias representativas têm, na sua base, as eleições como sustentáculo essencial. Como refere o cientista político Marco Lisi:

O mecanismo de voto assegura a igualdade e a participação dos cidadãos na vida política, reforça o processo de socialização política, assim como a transmissão de informação e a difusão das virtudes cívicas associadas, por exemplo, à cultura da deliberação, do compromisso e da tolerância (Lisi, 2019: 13).

Por isso, não surpreende que o estudo da cobertura jornalística de eleições constituía um eixo central na investigação em comunicação e jornalismo, quer seja pelo seu objeto - os meios de comunicação, o jornalismo e os processos eleitorais - quer seja pelas implicações democráticas que envolve.

As eleições constituem momentos de renovação do poder político e caracterizam-se, cada vez mais, por serem acontecimentos mediados, cujo significado e impacto são fortemente condicionados pela maneira como os *media* os constroem e mostram ao público. Como refere Paula Espírito Santo, “a campanha eleitoral nas democracias ocidentais é, em grande medida, construída em torno dos impactes e alcance que os *media* permitem” (Santo, 2012: 133). Assim, compreender a cobertura mediática das campanhas é crucial para entender o método pelo qual se rege a política nas democracias contemporâneas. A este respeito, sustenta Estrela Serrano:

A investigação sobre a relação entre jornalismo e eleições tem-se revelado essencial à compreensão das novas configurações assumidas pela política na contemporaneidade, sobretudo nas democracias "ocidentais", em que as eleições se encontram consolidadas como procedimento e ritual imprescindíveis à realização de escolhas políticas (Serrano, 2006a: 26).

A investigadora refere que os *media* noticiosos se constituem como atores políticos fundamentais do processo eleitoral e desempenham um papel que vai para além da transmissão de mensagens.

Segundo a mesma autora, “as eleições constituem momentos de grande visibilidade social da política e dos políticos” (Serrano, 2006a: 26). De forma a completar esta informação, Serrano cita Rubim (2003) que afirma que as eleições “constituem um momento e um procedimento ritualizado, periódico e legitimado, de escolha e investidura de dirigentes para exercício de poder(es) na sociedade” (Serrano, 2006a: 26).

A autora refere ainda que, em Portugal, os meios de comunicação têm moldado as campanhas através da seleção de temas e interpretação de discursos políticos, o que acaba por condicionar a visibilidade dos candidatos. O jornalismo de política, converte-se assim num campo de disputa simbólica em que se encontra a construção da realidade pública (Serrano, 2006a).

No final do século XX, os estudos sobre coberturas eleitorais nos meios de comunicação tradicionais frisavam a “tendência para a personalização da campanha política com ênfase nas características pessoais dos candidatos, em detrimento dos partidos políticos” (Moreira et al,

2017: 93-94). Com o passar dos anos, “a cobertura jornalística das campanhas políticas eleitorais sofreu mudanças tanto na forma como na substância” (Moreira et al, 2017: 93). Estrela Serrano, citada por estas autoras, justifica esta mudança com o facto de as campanhas se terem profissionalizado e as mensagens políticas se terem adaptado às rotinas e aos formatos mediáticos (Moreira et al, 2017: 93).

Isabel Simões-Ferreira e Pedro Marques Gomes abordam também a questão das coberturas jornalísticas na obra *Media, Europa e Cidadãos*, na qual analisam as eleições de 2019 para o Parlamento Europeu. A propósito daquele ato eleitoral, os autores referem que “a trivialização e o sensacionalismo das coberturas jornalísticas tenderam a impor-se à complexidade dos assuntos em debate e à racionalidade exigida para os compreender e discutir democraticamente” (Simões-Ferreira & Gomes, 2021: 13).

Falar do estudo de eleições implica muito mais do que apenas analisar resultados eleitorais. É necessário compreender as dinâmicas de comunicação e as estratégias que rodeiam o processo de escolha política. Para Paula Espírito Santo e Rita Figueiras, as campanhas eleitorais têm vindo a sofrer alterações nos últimos 50 anos, sendo que “a inovação tem sido cada vez mais célere, fruto do processo de globalização e modernização, do jornalismo crítico, do desenvolvimento tecnológico dos *media* e da elevada concorrência entre os partidos políticos que apostam continuamente em novas estratégias de marketing” (Santo & Figueiras, 2010: 77).

Este período eleitoral, marcado pela grande visibilidade dos atores políticos, é visto de forma diferente em várias partes do mundo, sendo que, “em Portugal, a incorporação das campanhas modernas deveu-se a um conjunto de influências cruzadas, nomeadamente com a contratação de especialistas em marketing político oriundos do Brasil” (Santo & Figueiras, 2010: 78). Isso ficou a dever-se ao facto de a atividade estar mais profissionalizada no Brasil “fruto da proximidade geográfica e influência cultural americana” (Santo & Figueiras, 2010: 78).

No contexto das primeiras fases da democracia, as campanhas eleitorais caracterizavam-se por uma comunicação direta entre os candidatos e o eleitorado, sendo de curta duração e fortemente centralizadas na liderança partidária, que as preparava de forma imediata e estratégica. “As campanhas estruturavam-se em formas diretas de comunicação entre candidatos e cidadãos, eram de curta duração, preparadas no e para o momento pela liderança partidária e a imprensa partidária era o principal meio de divulgação usado pelos partidos” (Santo & Figueiras, 2010: 78).

Moreira, Araújo e Sousa referem que os *media* passaram a atuar “no tempo ou antes do tempo político, construindo cenários de debate que influenciam a tomada de decisão política” (Moreira et al, 2017: 5). Este fator transforma os meios em coautores da política, exercendo influência direta sobre o ritmo, linguagem e os conteúdos das campanhas (Moreira et al, 2017: 6).

Esta mediatização beneficia a personalização do discurso político e o domínio da imagem sobre o conteúdo. Rita Figueiras destaca essa lógica na cobertura das eleições em 2009, que foi marcada por “personalização, imagem, dramaticidade e pseudocrises” (Figueiras, 2012: 8). A autora salienta também que as sondagens passaram a ser utilizadas como elemento dramático, convertendo a campanha numa “corrida de cavalos” (Figueira, 2012: 8), originando efeitos de cinismo, despolitização e espetáculo.

Estes argumentos confirmam a tese de Susana Salgado (2003), que defende que os *media* cumprem três funções centrais durante as campanhas. A primeira corresponde à função de transmissão de mensagens, tornando-se “o produto de uma seleção e de uma hierarquização” (Salgado, 2003: 75). Além da seleção e hierarquização de temas, também diz respeito ao “processo descrito pela hipótese de agenda setting” (Salgado, 2003: 75). A segunda refere-se à função de “mise en scène da mensagem”. Esta diz respeito à “escolha de citações, cortes e montagens de texto e imagens que transformam a mensagem inicial” (Salgado, 2003: 76). Por último, a terceira corresponde à “função do comentário do discurso”. Esta é atribuída, de forma geral, aos “especialistas em ciência política ou aos jornalistas políticos”. Este comentário deve ser pedagógico “para ajudar a compreender o que o político quer dizer” e contextualizado, “atribuindo-lhe uma significação” (Salgado, 2003: 76).

A forma como os meios de comunicação cobrem eleições possui efeitos mensuráveis nas atitudes, perceções e decisões dos cidadãos. Como lembra Susana Salgado, a cobertura jornalística, para além de informar, orienta o foco de atenção, define critérios de avaliação e condiciona o comportamento eleitoral (Salgado, 2011). O efeito *agenda-setting* é assim notório, uma vez que “os meios não dizem às pessoas o que pensar, mas indicam sobre o que devem pensar” (Santo & Figueiras, 2010: 80).

Outro aspeto crucial da cobertura jornalística de eleições é a compressão do tempo político imposta pelas rotinas jornalísticas. A velocidade da informação, a pressão para publicar e a lógica da novidade criam um ambiente hostil à deliberação e ao aprofundamento. Moreira, Araújo e Sousa notam que os *media* atuam consoante uma lógica imediatista, emocional e

muitas vezes superficial, o que afeta a qualidade do jornalismo e o próprio processo democrático (Moreira et al, 2017).

Esta aceleração acaba por afetar os profissionais do jornalismo e os próprios atores políticos. Muitos repórteres, como refere um dos entrevistados de Ana Moreira na obra *Comunicação e Política: Tempos, Contextos e Desafios*, não possuem “tempo para aprender, investigar, porque, mal chegam à redação, são engolidos pela máquina de produção de notícias” (Moreira et al, 2017: 7). Assim, os políticos adaptam o seu discurso à lógica do *soundbite*, deixando de parte as explicações detalhadas ou propostas complexas. Desta forma e como alerta Dörre, citado por Moreira, Araújo e Sousa, “quando estas temporalidades entram em desequilíbrio, a democracia liberal torna-se frágil” (Moreira et al, 2017: 8). A falta de tempo para ponderação, confronto de ideias e participação informada ameaça a função deliberativa da democracia.

Apesar das campanhas eleitorais serem narrativas construídas pelos *media*, Estrela Serrano considera que “o período de campanha eleitoral constitui um momento especial da vida política, traduzido em atividade com algum grau de excecionalidade” (Serrano, 2006a: 26). Acrescenta ainda que é essencial o contacto com os cidadãos ao longo do processo, afirmando que “uma campanha eleitoral pressupõe comícios, caravanas, visitas a feiras, passeios e contactos com o povo” (Serrano, 2006a: 26).

A autora nota, que, cada vez mais, “por cada minuto que os candidatos falam nos jornais televisivos da noite, os jornalistas falam seis” (Serrano, 2006a: 20). A voz do jornalista acaba por abafar ou até substituir a do candidato político e a cobertura torna-se interpretativa, centrada em estratégias, conflitos e estilo.

Esta ideia leva-nos ao que Filipe Resende caracteriza como uma “orientação de cobertura entendida como uma competição estratégica em forma de jogo” (Resende, 2016: 4), na qual a campanha eleitoral é apresentada como um confronto entre personalidades, em vez de uma disputa de ideias. Assim, o investigador ilustra essa lógica dando o exemplo da candidatura de Rui Moreira, cuja cobertura seguiu precisamente essa dinâmica, privilegiando uma narrativa de independência, autenticidade e inovação, reforçada por uma exposição mediática favorável (Resende, 2016).

Em suma, como referem Paula Espírito Santo e Rita Figueiras, “a comunicação eleitoral é uma realidade complexa e multifacetada que exige uma análise rigorosa das suas dinâmicas e efeitos” (Santo & Figueiras, 2010: 84). Apenas através dessa análise será possível construir

uma esfera pública mais plural, informada e deliberativa, que seja capaz de sustentar uma democracia mais sólida, robusta, inclusiva e transparente. Estudar as práticas e os conteúdos jornalísticos é já um contributo nesse sentido.

## **Capítulo 2 - As Eleições Legislativas de 18 de maio de 2025**

Uma vez que este trabalho se debruça sobre um ato eleitoral em concreto, é importante explicar o contexto em que estas eleições legislativas antecipadas ocorreram, em 18 de maio de 2025.

Note-se que as eleições legislativas consistem na eleição de deputados para a Assembleia da República. De acordo com o 148º artigo da Constituição da República Portuguesa (CRP), a Assembleia da República tem no máximo 230 deputados eleitos que surgem de listas apresentadas pelos partidos políticos e que são reconhecidas pelo Tribunal Constitucional. A escolha destes deputados é feita por voto pessoal, direto, presencial, secreto e universal de todos os cidadãos recenseados, utilizando o sistema de representação proporcional. Uma vez eleitos, estes candidatos passam a deputados do parlamento, num mandato de quatro anos.

### **2.1. Contexto das eleições**

As eleições para a Assembleia da República Portuguesa deviam realizar-se em 2028, mas acabaram por ser antecipadas em mais de três anos face à queda do governo da AD (Aliança Democrática), na sequência do chumbo da moção de confiança apresentada no Parlamento<sup>4</sup>.

A 15 de fevereiro de 2025, é publicada, no jornal *Correio da Manhã*, uma investigação sobre uma empresa (a Spinumviva) de consultoria, de compra e venda de imóveis, pertencente à família do primeiro-ministro, Luís Montenegro, dando conta de alegados conflitos de interesse. O “caso Spinumviva”, como ficou conhecido, gerou uma enorme polémica.

O primeiro-ministro confirmou a existência da empresa, mas garantiu ter transferido todas as suas ações para a esposa em 2022, negando qualquer conflito de interesses. Contudo, mais tarde,

---

<sup>4</sup> Cf. <https://rr.pt/especial/politica/2025/03/11/anatomia-de-uma-queda-de-governo-em-cinco-capitulos/417131/> [consultado a 10 de setembro de 2025].

comprovou-se que essa transação não era juridicamente válida, uma vez que a lei proíbe a venda de ações entre cônjuges. Desta forma, Luís Montenegro continuava a ser acionista da empresa Spinumvia, o que só deixa de acontecer quando, após a mediatização do caso, anuncia que a gerência passa para os seus filhos<sup>5</sup>.

Todavia, as pressões da oposição não diminuem. O primeiro-ministro Luís Montenegro convoca uma reunião de emergência do Conselho de Ministros para 1 de março, afirmando que seria apresentada uma moção de confiança caso o Parlamento não validasse o governo.

Na sequência da comunicação ao país do primeiro-ministro, o Partido Comunista Português (PCP) apresenta uma moção de censura que viria a ser rejeitada a 5 de março com 88 votos contra, 14 a favor e 126 abstenções. Paralelamente, o Ministério Público anuncia ter recebido uma denúncia anónima sobre o caso, enquanto o Partido Socialista (PS) sugere a criação de uma comissão parlamentar de inquérito.

No mesmo dia em que a moção do PCP foi rejeitada, Luís Montenegro anuncia a apresentação de uma moção de confiança. A moção é chumbada com 137 votos contra e 87 a favor, o que levou à queda do governo, a 11 de março<sup>6</sup>. Após serem conhecidos os resultados da moção, o Presidente da República, Marcelo Rebelo de Sousa, convocou de imediato reuniões com os líderes partidários para 12 de março e com o Conselho de Estado para 13 de março. Depois anunciou a realização de eleições antecipadas a 18 de maio de 2025.

## **2.2. Principais resultados eleitorais**

Nas eleições legislativas de 2025 concorreram vinte e um partidos políticos, dos quais dez conquistaram representação parlamentar. A Aliança Democrática (AD), coligação entre PSD (Partido Social Democrata) e CDS (Centro Democrático Social), venceu as eleições com um total de 2.008.488 votos (31,78%), conseguindo eleger noventa e um deputados. O Partido Socialista (PS) conquistou 1.442.194 votos (22,83%), elegendo cinquenta e oito deputados, enquanto o Chega obteve 1.437.881 votos (22,76%), conseguindo assento parlamentar para sessenta deputados. A Iniciativa Liberal (IL) alcançou 338.664 votos (5,36%), conquistando

---

<sup>5</sup> <https://www.noticiasominuto.com/politica/2743090/como-portugal-chegou-a-instabilidade-politica-a-cronologia-dos-21-dias> [consultado a 10 de setembro de 2025].

<sup>6</sup> <https://jornaleconomico.sapo.pt/noticias/cronologia-de-uma-queda-anunciada-um-ano-e-um-dia-depois-da-vitoria-da-ad-governo-cai/> [consultado a 14 de outubro de 2025].

nove lugares no Parlamento, enquanto o Livre reuniu 257.273 votos (4,07%), que corresponde a seis deputados. Por sua vez, a CDU (Coligação Democrática Unitária) obteve 183.741 votos (2,91%), e três deputados, o Bloco de Esquerda (BE) conquistou 125.710 votos (1,99%) e lugar para um deputado na Assembleia e o PAN (Pessoas-Animas-Natureza) conseguiu 86.946 votos (1,38%), elegendo igualmente um deputado. Já o Juntos Pelo Povo (JPP), com 20.911 votos (0,33%), conquistou, pela primeira vez, representação parlamentar com a eleição de um deputado. Os restantes partidos não obtiveram assento parlamentar.

Em relação aos votantes, de um total de 10.850.215 eleitores inscritos, 6.317.940 exerceram o direito de voto (58,25%). Verificou-se uma taxa de abstenção na ordem dos 41,77%, 1,39% votos em branco e 2,73% votos considerados nulos<sup>7</sup>.

**Tabela 1 - Resultados globais das eleições legislativas de 2025**



Fonte: Site Oficial das Eleições Legislativas de 2025<sup>8</sup>

<sup>7</sup> [https://www.lusa.pt/Files/lusamaterial/eleicoes/ar2025/el\\_ar2025.htm](https://www.lusa.pt/Files/lusamaterial/eleicoes/ar2025/el_ar2025.htm) [consultado a 21 de julho]

<sup>8</sup> <https://www.eleicoes.mai.gov.pt/legislativas2025/resultados/globais> [consultado a 20 de julho]

## **2.3. O Juntos pelo Povo**

O Juntos Pelo Povo (JPP) é um partido político português, que se encontra legalizado pelo Tribunal Constitucional desde 2015 e é o único partido com origem na Região Autónoma da Madeira presente na Assembleia da República. Tem como princípios fundadores “Unidade, Transparência e Resistência”, apresentando-se como “uma organização política que agrega, em círculo aberto, homens e mulheres, que secundarizam a tradicional dicotomia “esquerda/direita” e que acreditam que o exercício da participação política carece de uma nova metodologia, diferente e construtiva, propondo a valorização do cidadão politicamente ativo”. Afirma ainda reger-se “pelos princípios democráticos do liberalismo social tradicional e preconiza a liberdade e a igualdade, como valores indissociáveis e basilares da sociedade portuguesa, cuja matriz social, basista e plural, assegura um incentivo continuado da participação dos cidadãos na resolução dos problemas nacionais”<sup>9</sup>.

### **2.3.1. Origem e percurso político**

O Juntos pelo Povo nasce através de um movimento de cidadãos do concelho de Santa Cruz, na Ilha da Madeira, apresentado como o “PPG - Pelo Povo de Gaula” (grupo de cidadãos eleitores nascidos em Gaula, freguesia do concelho de Santa Cruz) a 3 de maio de 2008. A este movimento, que viria a ser o embrião do JPP, estavam associados António Ribeiro, Arlindo Quintal, Élvio Sousa, Filipe Nunes, Filipe Sousa, João Mata, Marília Gonçalves e Rubina Gomes. A 22 de julho desse mesmo ano, o PPG tem o seu primeiro ato eleitoral e participa nas eleições intercalares de Assembleia da Freguesia de Gaula, com Élvio Sousa como cabeça de lista.

A 4 de abril de 2009, o PPG adota uma nova designação e dá origem ao Movimento Juntos pelo Povo. Os responsáveis por esta alteração são pessoas muito diferentes, das mais diversas áreas de formação, desde arqueologia, biologia e ensino, mas todos se apresentam com um objetivo comum: o de lutar pelo seu partido e levar avante os seus ideais. São assim conhecidos como fundadores do JPP, Anita Quintino Alves, Rubina Jorge Gomes, João Carlos Mata, Carlos Jesus Nunes da Costa, que foi vereador na Câmara Municipal de Santa Cruz no mandato 2009-2013, António Manuel de Sá Ribeiro, João Aníbal de Freitas, Arlindo Quintal Rodrigues, Paulo

---

<sup>9</sup> <https://juntospelopovo.pt/declaracao-principios/> [consultado a 29 de julho de 2025]

Tarsício Gouveia Rodrigues Alves, Élvio Duarte Martins Sousa e Filipe Martiniano Martins de Sousa que foi líder do Movimento Juntos pelo Povo e exerceu cargos como presidente da Junta de Freguesia de Gaula entre 1997 e 2007 e como Vereador na Câmara Municipal de Santa Cruz entre 2005 e 2013, sendo eleito neste último ano, Presidente da Freguesia de Santa Cruz. Em 2017 e 2021, “renovou o mandato pelo partido JPP e durante o I Congresso Nacional do partido, em junho de 2015, foi eleito para a sua presidência até abandonar o cargo em julho de 2023”<sup>10</sup>.

Em 2009, acontece um momento histórico no percurso do partido, ao conseguir a sua primeira grande vitória nas eleições autárquicas (elegendo três vereadores - Filipe Sousa, Leôntina Serôdio e Carlos Costa), retirando a maioria absoluta ao PSD. Nessas mesmas eleições, Élvio Sousa consegue, pela primeira vez, ser eleito com maioria absoluta para a Junta de Freguesia de Gaula. Depois, seguiram-se marcos importantes para o partido, que chegava a cada vez mais pessoas e conquistava as zonas de Santa Cruz e Gaula. É a 13 de dezembro de 2013 que o JPP tem uma vitória absoluta em todas as freguesias do concelho de Santa Cruz (o segundo concelho mais populoso da região). Nas eleições autárquicas desse ano, conquista a Câmara de Santa Cruz e as cinco freguesias do concelho.

### **2.3.2. Candidatura às eleições legislativas de 2025**

Tendo em conta esta vitória eleitoral e a ambição de crescer, o JPP, descrito no seu site oficial como “um partido com raízes num Movimento de cidadãos empenhados numa cidadania participativa, que motive a consciência cívica de intervenção”<sup>11</sup>, decide transitar de movimento de cidadãos a partido político e assim ter a possibilidade de concorrer às eleições legislativas da Madeira.

O partido conseguiu obter as 10 mil assinaturas exigidas por lei e, em novembro de 2014, submeteu-as ao Tribunal Constitucional, que as aprovou a 25 de janeiro de 2015. A 27 de janeiro de 2015, o movimento evolui oficialmente para partido e torna-se o vigésimo primeiro partido nacional inscrito no Tribunal Constitucional<sup>12</sup>. Tornando-se oficialmente um partido político português, o JPP passa a poder disputar qualquer ato eleitoral em todo o país. Assim, a

---

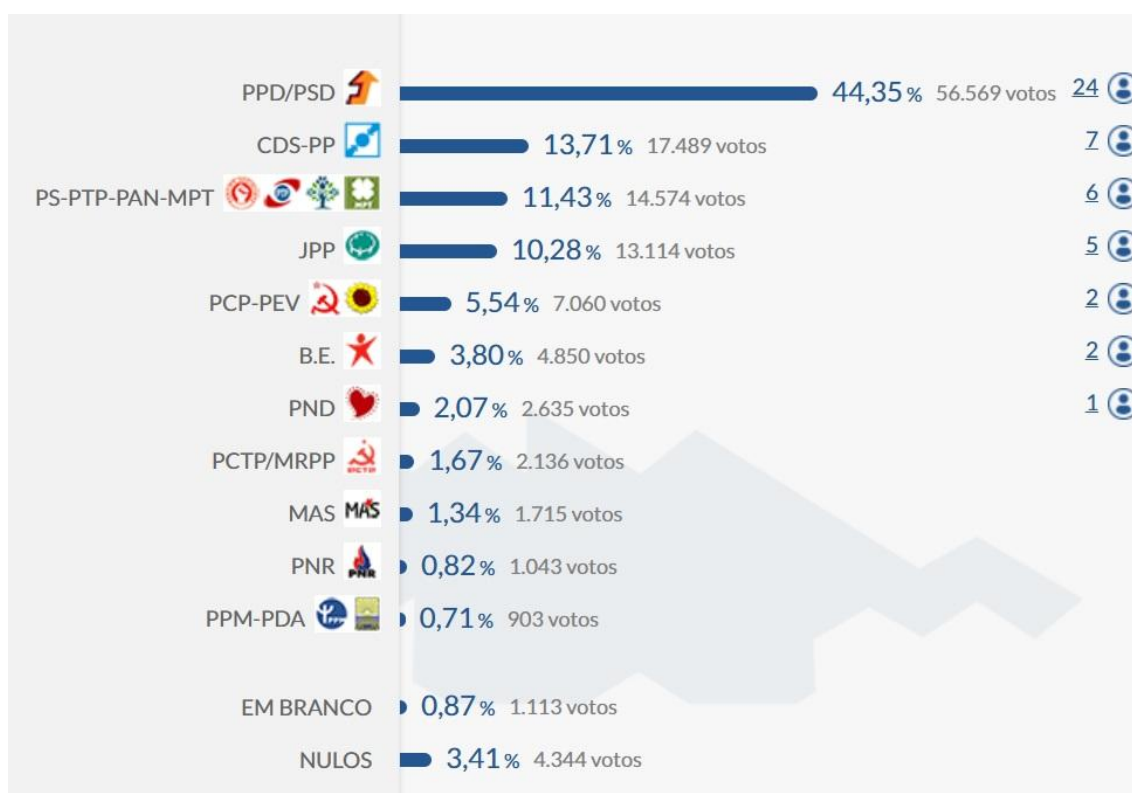
<sup>10</sup> <https://www.publico.pt/2015/06/06/politica/noticia/filipe-sousa-eleito-presidente-do-juntos-pelo-povo-1698172> [consultado a 29 de julho de 2025]

<sup>11</sup> <https://juntospelopovo.pt/> [consultado a 1 de setembro de 2025].

<sup>12</sup> <https://www.publico.pt/2015/07/31/politica/noticia/jpp-concorre-pela-primeira-vez-as-legislativas-em-14-circulos-eleitorais-1703732> [consultado a 29 de julho]

29 de março de 2015, concorre a primeira vez às eleições para a Assembleia Legislativa da Região Autónoma da Madeira e consegue eleger cinco deputados: Carlos Costa, Élvio Sousa, Patrícia Spínola, Paulo Alves e Rafael Nunes, com 13.114 votos.

**Tabela 2 - Resultados das eleições regionais de 2015, na Região Autónoma da Madeira**



Fonte: Site Oficial das Eleições Regionais da R.A.M. de 2015<sup>13</sup>

Nas eleições autárquicas de 2017, o JPP obtém maioria absoluta, conseguindo estar novamente representado nas cinco freguesias que compõem o concelho de Santa Cruz. Filipe Sousa fica responsável pela presidência do concelho e conta com a ajuda de Élia Ascensão, Miguel Alves, Dúlio Freitas e Jaime Silva. As juntas de freguesia passaram a ser lideradas por Paulo Alves em Santa Cruz; Élvio Sousa em Gaula; Pedro Fernandes na Camacha; Milton Teixeira no Caniço e José Reis em Santo António da Serra.

A 22 de setembro de 2019, o partido mantém a sua representação na Assembleia Regional, mas reelege apenas três deputados: Élvio Sousa, Paulo Alves e Rafael Nunes. A terceira maioria

<sup>13</sup> <https://www.eleicoes.mai.gov.pt/regionais2015/> [consultado a 29 de julho]

absoluta é conquistada nas eleições autárquicas de 26 de setembro de 2021, sendo reeleitos Filipe Sousa, Miguel Alves, Élia Ascensão, Dúlio Freitas e Jaime Silva para o executivo camarário. Domina novamente todo o concelho de Santa Cruz e para as Juntas de Freguesia elege, Paulo Alves em Santa Cruz; Liliana Valente em Gaula; Pedro Fernandes na Camacha; Milton Teixeira no Caniço e José Reis em Santo António da Serra.

Nas eleições legislativas da Madeira que aconteceram a 24 de setembro de 2023, o JPP consegue recuperar os cinco deputados que obteve na sua primeira candidatura às legislativas madeirenses, em 2015. O grupo parlamentar é então constituído por Élvio Sousa, Lina Pereira, Patrícia Spínola, Paulo Alves e Rafael Nunes. A 20 de janeiro de 2024 surge uma mudança na presidência do partido e Lina Pereira sucede a Filipe Sousa à frente do Juntos Pelo Povo. Em maio desse mesmo ano o JPP consegue aumentar a sua representação parlamentar na Assembleia Legislativa da Madeira e elege nove deputados: Élvio Sousa, Filipe Sousa, Jéssica Teles, Lina Pereira, Luís Martins, Miguel Ganança; Patrícia Spínola; Paulo Alves e Rafael Nunes.

O JPP foi ganhando notoriedade e a 23 de março de 2025 passa a ser o segundo maior partido regional. Nestas eleições passaram de nove para onze deputados com assento parlamentar na Assembleia Regional, passando “a liderar a oposição na Assembleia Legislativa Regional (ALRAM)”<sup>14</sup>.

Após tornar-se a segunda força política madeirense, o partido alcança, pela primeira vez, um lugar de deputado na Assembleia da República. A noite de 18 de maio de 2025 fica assim para sempre marcada na história do Juntos Pelo Povo. Quando foram conhecidos os resultados das eleições, o deputado Filipe Sousa afirmou: “Este é o resultado do trabalho que o JPP tem vindo a desenvolver nesta região desde 2013. A nossa forma de estar e o nosso sentido de tolerância foi ganhando aos poucos a confiança da população”. O partido obteve 12,32% e este acontecimento foi considerado a maior vitória da noite eleitoral<sup>15</sup>.

Em suma, no site oficial do partido pode ler-se que a conquista de um assento no parlamento é um feito há muito desejado e que, para o JPP, “é o reconhecimento por parte da população de uma prática política diferenciada dos partidos tradicionais, assente no sentido de comunidade,

---

<sup>14</sup> <https://www.publico.pt/2025/03/24/politica/noticia/elvio-sousa-presidente-jpp-passou-lider-oposicao-madeira-2127099> [consultado a 30 de julho de 2025] e <https://www.jn.pt/nacional/artigo/a-historia-do-juntos-pelo-povo-que-ficou-em-segundo-nas-eleicoes-regionais-da-madeira/17848816> [consultado a 30 de julho de 2025].

<sup>15</sup> <https://www.publico.pt/2025/05/19/politica/noticia/jpp-faz-historia-partido-perfil-regional-chegar-parlamento-2133510> [consultado a 30 de julho de 2025].

proximidade, transparência e humanismo, mas também na coragem para propor, realizar e fiscalizar a ação governativa e as decisões obscuras”<sup>16</sup>.

### **2.3.2. Filipe Sousa: perfil do deputado eleito**

Filipe Sousa nasceu a 16 de outubro de 1964, frequentou a Força Área Portuguesa, no curso de mecânico de material aéreo, e foi eletricitista de profissão. O seu percurso na política começou no Partido Socialista, no qual colaborou até 2007, tendo sido deputado na Assembleia Legislativa da Madeira. Foi também presidente da Junta de Freguesia de Gaula (1997-2007), vereador e, depois, presidente da Câmara Municipal de Santa Cruz (2013-2025). Em 2009, fundou o JPP com o irmão Élvio Sousa (atualmente com assento parlamentar na Madeira e secretário-geral do partido), apesar de, na sua génese, estarem presentes outros nomes, como referido anteriormente. Em 2015, foi eleito presidente do partido no Congresso Nacional, cargo que manteve até 2024.

Após a eleição de um deputado na Assembleia da República, em maio do presente ano, disse: “Vamos fazer de tudo para que a tal semente seja plantada como deve ser, bem adubada, para que possamos crescer para levar este projecto de comunidade e proximidade”<sup>17</sup>. É o deputado do único partido com sede fora do continente, representado na Assembleia da República.

---

<sup>16</sup> <https://juntospelopovo.pt/> [consultado a 1 de setembro de 2025].

<sup>17</sup> <https://www.publico.pt/2025/05/18/politica/noticia/filipe-sousa-deputado-eleito-jpp-2133495> [consultado a 13 de outubro de 2025].

## Capítulo 3 – Metodologia utilizada, questões de partida e *corpus* de análise

### 3.1. Metodologia, *corpus* e questões de partida

A presente investigação assenta numa estratégia metodológica que recorre a técnicas de investigação documentais com o objetivo de garantir a coerência entre os objetivos definidos, o enquadramento teórico e os procedimentos empíricos adotados. De forma a assegurar que os objetivos desta investigação são cumpridos, foi adotada uma metodologia de carácter qualitativo e quantitativo. Os primeiros são definidos por Quivy & Campenhoudt como extensivos, havendo uma “análise de um grande número de informações sumárias”, e os segundos são caracterizados como intensivos, em que existe uma “análise de um pequeno número de informações complexas e pormenorizadas” (Quivy & Campenhoudt, 1998: 227).

Assim, tanto para a recolha, análise e tratamento da informação foram cruciais o uso da técnica de pesquisa documental e a análise de conteúdo. Neste sentido, o presente estudo surge orientado pela seguinte pergunta de partida: “Que tipo de destaque o partido Juntos pelo Povo recebeu nos jornais *Correio da Manhã* e *Público* durante a campanha para as eleições legislativas de 2025 e nos dias imediatamente a seguir?”. Desta forma, esta investigação também pretendeu caracterizar e analisar as peças jornalísticas que abordassem a temática das eleições legislativas em geral (no que respeita a outros partidos e acontecimentos que não relacionados diretamente com o JPP), ocorridas no dia 18 de maio de 2025. Refira-se ainda a realização de uma entrevista semiestruturada ao deputado eleito pelo JPP, Filipe Sousa (transcrita no anexo 1), que nos ajudou a compreender a sua leitura da cobertura deste ato eleitoral.

Neste estudo, consideraram-se as edições impressas dos jornais diários *Correio da Manhã* e *Público*. O *Correio da Manhã*, fundado em 1979 e pertencente ao grupo Medialivre, é o diário de informação geral com maior circulação paga impressa em Portugal. É um jornal popular, destacando frequentemente notícias associadas a escândalos e crimes e com uma abordagem sensacionalista. Tem como diretor geral editorial Carlos Rodrigues. Já o *Público*, criado em 1990 e propriedade do grupo Sonae, lidera nos jornais diários em termos de circulação paga

digital. Trata-se de um jornal de referência. Atualmente é dirigido pelo jornalista David Pontes<sup>18</sup>.

A baliza temporal do estudo corresponde ao período entre os dias 4 e 25 de maio de 2025, excluindo o dia 17 de maio. Este dia está fora da análise por ser o dia anterior às eleições, o dia de reflexão, em que não são publicados artigos sobre o ato eleitoral. A análise compreende assim o período oficial de campanha, que decorreu de 4 a 16 de maio, o dia do ato eleitoral, dia 18, e os cinco dias após as eleições, 19 a 25 de maio de 2025.

Deste modo, foram elaboradas as seguintes questões de partida para este trabalho:

- 1- Quais as principais diferenças e semelhanças na cobertura da campanha eleitoral feita pelos dois jornais diários?
- 2- Qual foi o destaque dado ao partido Juntos pelo Povo nos dois jornais?
- 3- O destaque dado ao partido Juntos pelo Povo foi igual durante o período de campanha e após as eleições?
- 4- Como é que o Juntos pelo Povo surge representado nos dois jornais?

Elaboramos também algumas hipóteses teóricas iniciais:

**H1** – O *Correio da Manhã* deu maior destaque ao Juntos pelo Povo do que o *Público*, privilegiando uma lógica de proximidade e popularidade.

**H2** – O *Público* destacou o Juntos pelo Povo de forma mais contextualizada, enquadrando-o na dinâmica política nacional e regional.

**H3** – O Juntos pelo Povo obteve maior visibilidade noticiosa após os resultados eleitorais do que durante a campanha.

### **3.1.1. Pesquisa Documental**

Segundo Almeida e Pinto, as técnicas documentais são compostas por dois grupos: as clássicas e as modernas. As primeiras permitem uma análise qualitativa e as segundas são de base quantitativa, sendo que englobam um amplo campo de estudo (Almeida & Pinto, 1975: 384).

---

<sup>18</sup> Cf. tiragens dos jornais em <https://www.apct.pt/>

Em primeiro lugar, a técnica utilizada neste estudo foi a de pesquisa documental clássica. Almeida & Pinto caracterizam esta fase como relevante e consideram que a “observação de documentos envolve procedimentos muito diversificados, desde logo porque são muito diversos também os documentos reveladores de fenómenos sociais” (Almeida & Pinto, 1975: 384). Procedeu-se à pesquisa, leitura e posterior análise crítica de diversas obras sobre variados temas, como cobertura de eleições, jornalismo de política e especialização jornalística, que foi essencial para sustentar a presente investigação e construir o enquadramento teórico deste estudo.

A técnica de pesquisa documental consistiu ainda na procura, análise e caracterização dos dois órgãos de comunicação, através da leitura de fontes bibliográficas e de imprensa. Depois, foi ainda pertinente investigar acerca do partido que é o foco principal deste estudo, o Juntos Pelo Povo, e fazer uma caracterização do mesmo.

Em suma, esta primeira etapa de análise documental revelou-se fulcral para que esta investigação tivesse uma base sólida e sustentada, sendo assim possível, posteriormente, avançar para a fase da análise de conteúdo.

### **3.1.2. Análise de Conteúdo**

A análise de conteúdo é uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição objectiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação (Bardin, 2008: 20)

Concluída a revisão de literatura, que procura sustentar esta investigação, e após estarem definidos os objetivos do estudo “e selecionado o objeto direto da investigação, a análise de conteúdo percorrerá várias fases” (Almeida & Pinto, 1975: 394). Passa-se então à segunda parte desta pesquisa. Trata-se de uma etapa que implicou uma outra fase de recolha de dados: os jornais que constituem o *corpus* de análise desta investigação. Os órgãos de informação escolhidos foram, como já foi referido, os jornais *Público* e *Correio da Manhã*, através dos quais foram analisadas quarenta e duas edições impressas (vinte e uma de cada).

A técnica de análise de conteúdo foi o método considerado mais indicado para recolher todos os dados necessários, uma vez que se constitui como “um conjunto de técnicas de análise das comunicações, quantitativas ou não, que aposta no rigor do método como forma de não se perder a heterogeneidade do seu objetivo” (Bardin, 2008: 31).

Segundo Laurence Bardin, a análise de conteúdo “oscila entre dois polos do rigor da objetividade e da fecundidade da subjetividade” (Bardin, 2008: 11) e possui três funções: “a pré-análise, a exploração do material e tratamento de resultados” (Silva, Gobbi, B & Simão, 2004: 74). Note-se que este método de investigação pressupõe uma postura de rigor e distanciamento analítico, uma vez que “obriga o investigador a manter uma grande distância em relação a interpretações espontâneas e, em particular, às suas próprias”, sendo a sua intenção “analisar as referências ideológicas ou normativas dos outros a partir de critérios que incidem mais sobre a organização interna do discurso do que sobre o seu conteúdo explícito” (Quivy & Campenhoudt, 1998: 230).

Além disso, uma vez que é um método que se baseia em comunicações reproduzidas em suportes materiais, “permite um controlo posterior do trabalho de investigação”, reforçando a transparência do processo (Quivy & Campenhoudt, 1998: 230). Não obstante todas as vantagens, Quivy & Campenhoudt reconhecem a existência de algumas desvantagens deste tipo de análise. Os autores sublinham, porém, que “os limites e problemas colocados por estes métodos variam muito de um para outro” (Quivy & Campenhoudt, 1998: 231). Não existindo um único método, mas sim “vários métodos de análise de conteúdo”, cada um possui um campo de aplicação específico (Quivy & Campenhoudt, 1998: 231).

Alguns desses métodos, como é o caso da análise categorial, apoiam-se em pressupostos “no mínimo, simplistas”, o que pode significar a utilização deste somente como complemento de métodos “mais subtis” (Quivy & Campenhoudt, 1998: 231). Assim, a seleção do método mais apropriado aconselha prudência e ponderação no que toca às limitações conceituais e operacionais. A análise de conteúdo possui, portanto, um potencial vasto e rigoroso apesar de exigir uma aplicação crítica e consciente das suas possibilidades e restrições.

Como refere Vala, este tipo de estudo irá permitir a identificação de padrões e relações entre diversas categorias de análise, possibilitando uma leitura interpretativa e comparativa dos discursos jornalísticos (Vala, 1986: 54). Neste sentido, esta investigação procura estabelecer relações entre os diferentes modos de tratamento jornalístico e não se limita somente a quantificar a presença de temas ou figuras principais como acontece nos estudos estruturais.

No total, foram analisadas 393 peças dos dois jornais, a partir dos quais foram retirados os dados relevantes para a concretização desta investigação. Todas as peças foram devidamente identificadas por dia e nome do jornal. Após a identificação, foi importante “determinar as categorias pertinentes que permitam a classificação e quantificação dos elementos observáveis” (Almeida & Pinto, 1975: 394). A definição de categorias possibilitou elaborar grelhas de análise através das quais foi possível organizar todos os dados necessários para o estudo.

Através da grelha de análise construída na plataforma Microsoft Excel, as 393 peças jornalísticas foram analisadas a partir de variáveis divididas em dois grupos:

**Variáveis de Natureza Temporal e Formal:** 1. Assinatura da peça; 2. Peças com chamada de capa; 3. Extensão da peça; 4. Presença de foto nas peças; 5. Género Jornalístico; 6. Localização da peça nas páginas; 7. Número de peças presentes em cada jornal; 8. Peça presente em página par ou ímpar; 9. Presença de recursos gráficos nas peças.

Este primeiro tipo de variável corresponde às características estruturais e contextuais das peças jornalísticas.

**Variáveis de Natureza Temática:** 10. Tema da peça; 11. Presença de figuras políticas no *lead*; 12. Presença de partidos no *lead*; 13. Presença de figuras políticas no texto; 14. Presença de partidos no texto; 15. Quem surge nas fotos das peças jornalísticas; 16. Quem surge nas fotos da capa; 17. Figura ou partido protagonista da peça jornalística.

Este segundo tipo de variável incide sobre o conteúdo e os significados transmitidos nas peças. Depois de escolhidas as variáveis e da categorização das mesmas, o passo seguinte consistiu na sua análise, tendo em conta os pressupostos da investigação em causa.

## Capítulo 4 - Análise e Discussão dos Resultados

### 4.1. Análise de Conteúdo

A presente análise de conteúdo partiu do *corpus* definido, composto por 393 peças jornalísticas, publicadas nos jornais *Correio da Manhã* e *Público*. Depois de definidas as categorias de análise, apresentam-se, de seguida, os resultados obtidos, que nos permitem comparar a cobertura jornalística das últimas eleições legislativas, realizada pelos dois jornais. Todas as tabelas e gráficos apresentados neste capítulo foram por nós elaboradas.

#### 4.1.1. Número de peças jornalísticas

Começamos por apresentar o número de peças publicadas em cada jornal, no período de 4 a 16 de maio e de 18 a 25 de maio (tabela 3).

Data	Correio da Manhã	Público	Total de peças
04/05/2025	5	7	12
05/05/2025	10	7	17
06/05/2025	11	10	21
07/05/2025	10	11	21
08/05/2025	11	7	18
09/05/2025	10	7	17
10/05/2025	11	10	21
11/05/2025	10	7	17
12/05/2025	7	9	16
13/05/2025	11	7	18
14/05/2025	11	7	18
15/05/2025	13	10	23
16/05/2025	11	10	21
18/05/2025	3	4	7
19/05/2025	22	24	46
20/05/2025	12	15	27
21/05/2025	6	8	14
22/05/2025	10	7	17
23/05/2025	4	10	14
24/05/2025	8	7	15
25/05/2025	8	5	13
<b>Total Geral</b>	<b>204</b>	<b>189</b>	<b>393</b>

Tabela 3 - Número de peças jornalísticas, publicadas por dia em cada jornal

Através da análise da distribuição diária das peças, foi possível identificar três fases distintas na cobertura das eleições legislativas de 18 de maio de 2025. Entre 4 e 16 de maio, período de campanha eleitoral, verificou-se uma produção regular nos dois jornais com um total de 240 peças publicadas, correspondentes a cerca de 60% do *corpus*. Neste período, o *Correio da Manhã* publicou mais peças jornalísticas (131), com uma média diária de 10 peças publicadas. Já o *Público* publicou 109 peças, com uma média de cerca de 8 peças diárias. Esta consistência editorial revela a preocupação dos dois meios em acompanhar de forma assídua a campanha eleitoral.

O dia 18 de maio (dia do ato eleitoral), revelou-se uma exceção por ser a data em que foram publicadas menos peças nos dois jornais. Apenas três no *Correio da Manhã* e quatro no *Público*. No período pós-eleitoral, de 19 a 25 de maio, verifica-se uma intensificação da produção noticiosa, com 146 peças publicadas no total. Este crescimento está relacionado com a cobertura feita pelos jornais dos resultados eleitorais obtidos, assim como a preocupação de explicar as implicações políticas desses resultados.

O pico de cobertura jornalística registou-se no dia 19 de maio, com um total de 46 peças, sendo que 22 pertencem ao *Correio da Manhã* e 24 ao *Público*. Nos dias seguintes, a publicação de peças manteve-se relativamente elevada, ficando entre as 14 e 17 peças diárias, revelando a grande importância atribuída ao rescaldo eleitoral e discussão dos cenários de governação.

Comparando os dois jornais, o *Correio da Manhã* possui um número de publicações ligeiramente superior (204 das 393 peças analisadas) ao do *Público* (189). Estes resultados demonstram, em grande medida, a tendência do *Correio da Manhã* de fragmentar a cobertura em numerosos textos curtos. O *Público*, embora publique menos peças, destaca-se pela consistência ao longo da campanha e pela intensificação na publicação no pós-eleitoral, com 76 peças publicadas.

### 4.1.2. Extensão das peças jornalísticas

A segunda categoria que apresentamos procura analisar a extensão das peças jornalísticas que abordam o tema das eleições legislativas ocorridas a 18 de maio de 2025. Assim, foram adotados três critérios diferentes que permitiram identificar o número de parágrafos de cada peça nos jornais *Correio da Manhã* e *Público*. As peças foram categorizadas como tendo “até dois parágrafos”; “2 a 4 parágrafos” e como tendo “5 ou mais parágrafos” (gráfico 1).

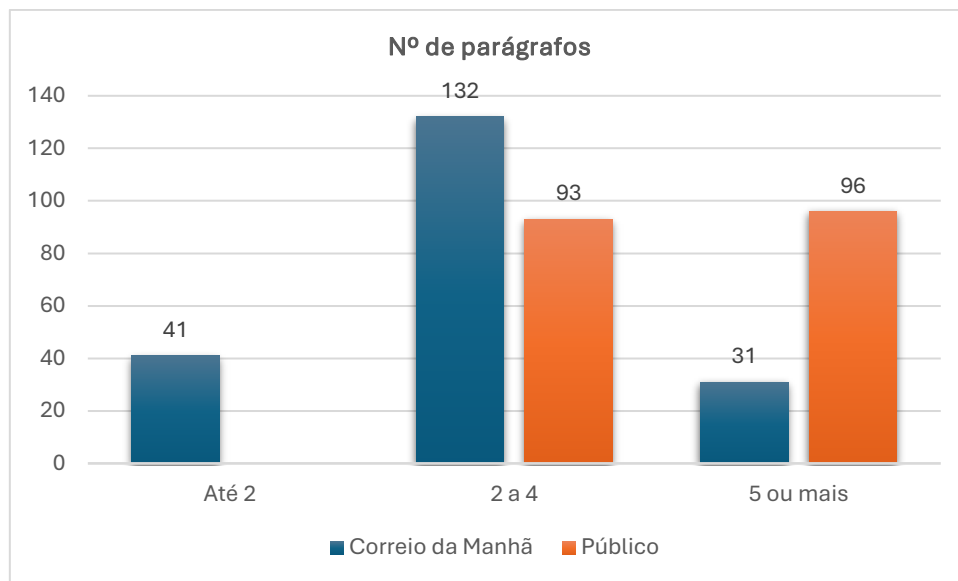


Gráfico 1 - Extensão das peças jornalísticas, por jornal

A extensão das peças jornalísticas constitui um indicador relevante para a compreensão das práticas editoriais e do grau de profundidade dado às eleições legislativas. O gráfico acima apresentado mostra as diferenças claras entre os dois jornais. No *Correio da Manhã*, a categoria predominante é a extensão intermediária (2 a 4 parágrafos), que corresponde a 132 das 204 peças analisadas. Em seguida encontram-se as peças com a dimensão mais reduzida, até 2 parágrafos, incluindo 41 peças, um número considerável. Em relação à extensão maior, de 5 ou mais parágrafos, o *Correio da Manhã* apresenta um número mais baixo, 31 peças jornalísticas.

No caso do jornal *Público*, a distribuição é diversa. Das 189 peças analisadas, a extensão maior (5 ou mais parágrafos) é a que apresenta um número mais elevado, 96 peças. Foram depois contabilizadas 93 peças com a extensão de 2 a 4 parágrafos e não foi encontrada nenhuma abaixo dos 2 parágrafos.

Estamos, portanto, perante dois estilos de jornalismo diferentes. O *Correio da Manhã* apostou em textos mais curtos e diretos, resultando em cerca 85% de peças com menos de cinco parágrafos. No caso do *Público*, é visível uma quantidade maior de textos longos (com cinco ou mais parágrafos), com maior profundidade, representado metade da amostra recolhida.

### 4.1.3. Localização das peças jornalísticas

Olhamos agora para a localização de cada peça jornalística nas páginas do *Correio da Manhã* e do *Público* (tabela 4). Foram identificadas 14 categorias diferentes.

Localização da peça	Correio da Manhã	Público	Total Geral
Canto inferior direito	10		10
Canto inferior esquerdo	20		20
Canto superior direito	30		30
Canto superior esquerdo	30	2	32
Centro		21	21
Centro inferior	14		14
Centro superior	15	1	16
Duas páginas completas		10	10
Metade direita	34	41	75
Metade esquerda	33	18	51
Metade inferior		3	3
Metade superior		17	17
Página completa	17	40	57
Página completa + meia página	1	36	37
Totais	204	189	393

Tabela 4 - Localização das peças, por jornal

A localização da peça na página é um ponto relevante na análise da visibilidade noticiosa, sendo que os conteúdos colocados em zonas consideradas estratégicas, com mais destaque (como o topo da página ou a página da direita, por exemplo), tendem a ser vistos como mais importantes.

No *Correio da Manhã*, a maioria das peças está distribuída entre os espaços de menor destaque, como é o caso dos cantos. Foram identificadas 30 peças no canto superior direito, 30 no canto superior esquerdo, 20 no canto inferior esquerdo e 14 no centro inferior. Mesmo assim, o jornal destacou algumas peças e possui 17 em “página completa”. No entanto, notou-se a ausência de peças no centro da página.

No que diz respeito ao *Público*, verifica-se uma lógica distinta. Este jornal inclui 40 peças em “página completa” e 36 em “página completa + meia página”, o que revela uma grande valorização editorial da temática das eleições. Acresce que foram localizadas 21 peças no “centro da página” e 17 na “metade superior”, posições que podem ser consideradas privilegiadas pela maior atenção que poderão captar do leitor. Embora o *Público* escolha as laterais das páginas e recorra aos cantos para posicionar as peças, a distribuição é mais equilibrada do que no *Correio da Manhã*.

Neste estudo, procuramos também saber se foram privilegiadas as páginas par, ímpares ou ambas na publicação das peças jornalísticas (gráfico 2).

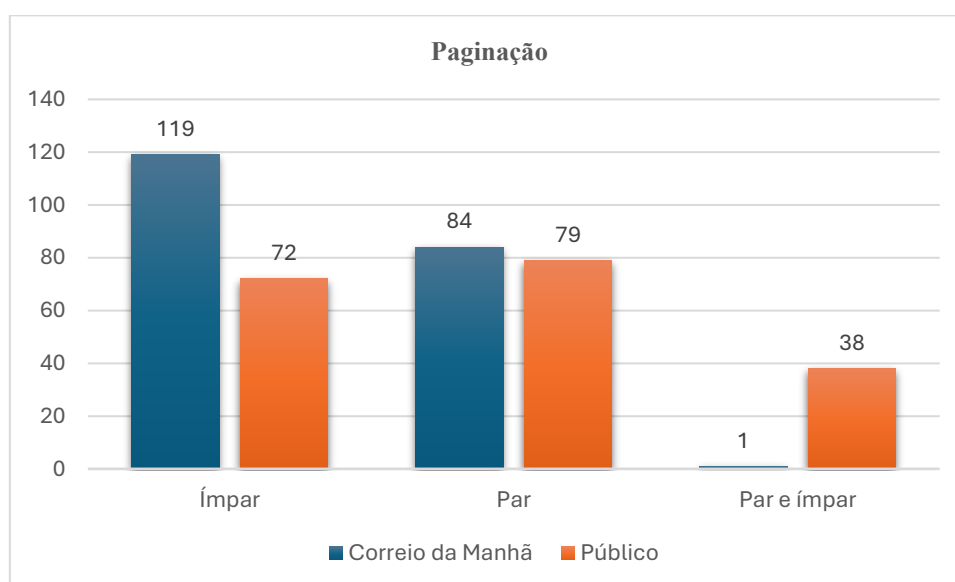


Gráfico 2 - Páginas das peças jornalísticas, por jornal

A análise da paginação das peças jornalísticas permite entender de que forma cada jornal posiciona os seus conteúdos. Tradicionalmente, as páginas ímpares, situadas à direita de quando se abre o jornal, são consideradas de maior destaque, sendo que captam mais a atenção do leitor. As páginas pares, localizadas à esquerda, possuem um impacto visual relativamente menor.

No *Correio da Manhã*, observa-se uma predominância de peças em páginas ímpares (119 das 204). Já em relação às páginas pares, associam-se 84 peças e apenas uma ocupou duas páginas. Quanto ao *Público*, a distribuição revela-se mais equilibrada, sendo que 72 peças foram colocadas em páginas ímpares, 79 em páginas pares e 38 ocuparam duas páginas (par e ímpar).

#### 4.1.4. Géneros jornalísticos das peças

Foram também analisados os géneros jornalísticos das peças publicadas no *Correio da Manhã* e no *Público*, no período de campanha, dia de voto e no pós-eleições legislativas (gráfico 3). Verificaram-se oito géneros jornalísticos diferentes nas peças dos dois jornais.

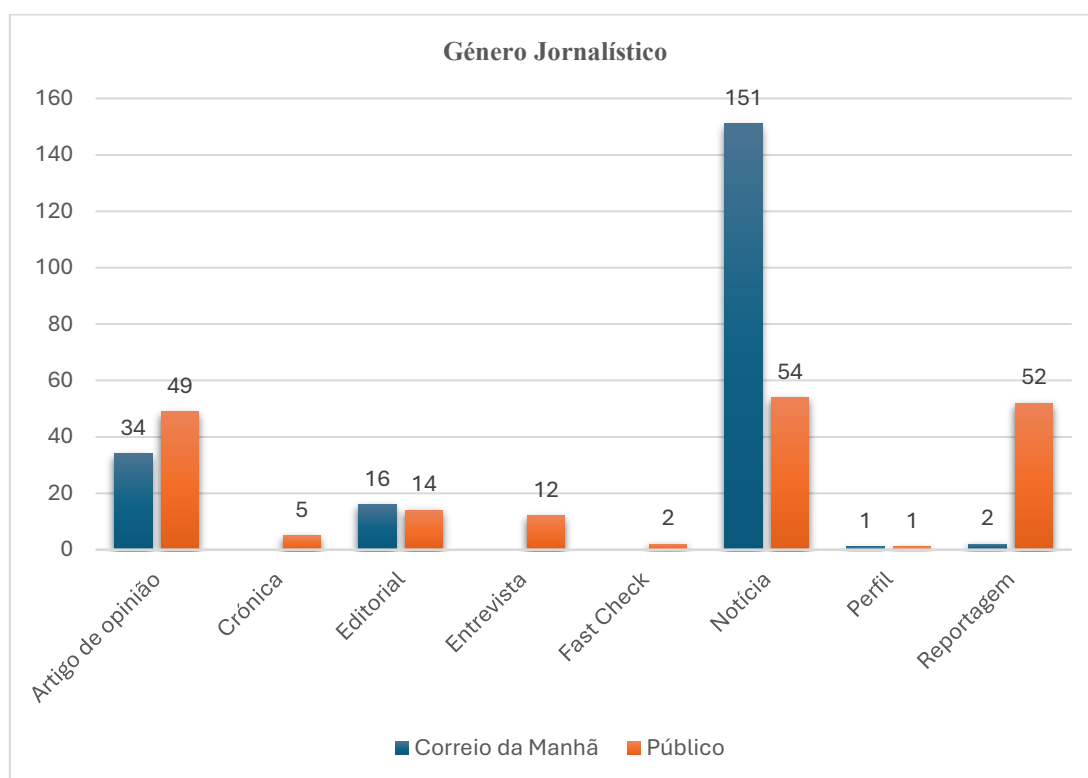


Gráfico 3 - Géneros jornalísticos das peças, por jornal

A análise do gráfico 3 mostra diferenças acentuadas entre o *Correio da Manhã* e o *Público*. No *Correio da Manhã*, o género jornalístico predominante foi a notícia, que corresponde a 151 das 204 peças jornalísticas. Neste jornal, destacam-se ainda os artigos de opinião (34); o género editorial (16 peças) e duas reportagens. A presença de perfis é quase inexistente, sendo apenas publicado um no período em estudo.

Quanto ao jornal *Público*, verifica-se uma distribuição mais equilibrada entre os géneros. Ainda assim, a notícia também possui um peso relevante com 54 peças. O jornal publicou um número considerável de reportagens (52 peças), sobretudo em comparação com o *Correio da Manhã*, bem como artigos de opinião (49). Os editoriais possuem alguma relevância (14). A presença de perfis é semelhante ao *Correio da Manhã*, existindo apenas um perfil.

Esta realidade, evidencia, uma vez mais, que o *Público* apostou mais na profundidade das peças, apresentando mais reportagens e artigos de análise, do que o *Correio da Manhã*, ao privilegiar as notícias, sobretudo porque, como vimos anteriormente, trata-se de notícias maioritariamente breves.

#### 4.1.5. A assinatura das peças jornalísticas

De seguida, tomamos atenção a quem assinou as 393 peças jornalísticas publicadas nos dois jornais (Tabela 5).

Assinatura da peça	Correio da Manhã	Público	Total Geral
Não referido	61	6	67
Advogado		4	4
Advogado e membro do Conselho de Jurisdição do Livre		1	1
Colunista	2	12	14
Diretor Executivo do Correio da Manhã	8		8
Diretor-geral da Intercampus	1		1
Diretor-geral editorial adjunto do Correio da Manhã	14		14
Diretor-geral editorial do Correio da Manhã	12		12
Economista		3	3
Editor da secção Portugal do Correio da Manhã	2		2
Editora Correio da Manhã de Domingo	3		3
Editor-adjunto de Desporto do Correio da Manhã	1		1
Escritor	1		1
Ex-ministro da Saúde do PS		1	1
Físico	1		1
Gestor	2	4	6
Historiador/Historiadora		3	3
Jornalista	93	145	238
Jurista e ex-presidente do PS		1	1
Professor Universitário	3	1	4
Professora da Universidade Católica Portuguesa		1	1
Professora de Economia na Nova SBE		4	4
Sociólogo		2	2
Vice-Presidente da Câmara de Notodden (Noruega); Docente na Universidade de OsloMet		1	1
<b>Total Geral</b>	<b>204</b>	<b>189</b>	<b>393</b>

Tabela 5 - Assinatura das peças jornalísticas, por jornal

A análise da assinatura das peças permite identificar várias diferenças entre o *Correio da Manhã* e o *Público*, revelando estratégias editoriais distintas. No *Correio da Manhã* (CM), o número de peças não assinadas é muito mais elevado (61 em 204) do que no *Público* (apenas 6 em 189). Nos dois jornais os textos são, sobretudo, assinados por jornalistas (*Público*: 145 em 189; *Correio da Manhã*: 93 em 204) e, no *Público*, regista-se maior presença de especialistas e colunistas externos à profissão de jornalista. Ao observar as profissões dos autores (não jornalistas) das peças do *Correio da Manhã* e do *Público* é possível perceber como diversos perfis profissionais vão aparecendo nos jornais. No *Público* existe uma maior variedade

(advogados, economistas, gestores, sociólogos e historiadores) do que no *Correio da Manhã* (escritor, físico, gestores).

No livro de Estilo do *Público* está estabelecido que “a assinatura de um texto deve refletir de forma rigorosa a sua autoria” (Livro de Estilo do Público: 62). A questão da autoria está presente nas normas internas do Público, nas quais se verificam regras para coautorias e uso de material de agência. No caso do *Correio da Manhã*, observam-se mais textos sem assinatura e mais peças assinadas por diretores editoriais. Este padrão revela que é dada uma importância considerável à autoridade institucional.

Comparando os dois jornais, é notório que o *Correio da Manhã* privilegia a “voz institucional” através da assinatura de editores e diretores do jornal. Por outro lado, o *Público* recorre à autoria individual e a uma pluralidade de “vozes externas”.

#### 4.1.6. Chamada de primeira página

Tomamos também em consideração a existência ou ausência de chamadas de primeira página, sobre o ato eleitoral, em cada jornal, o que se apresenta no gráfico 4. Esta análise permite entender até que ponto o *Correio da Manhã* e o *Público* atribuíram visibilidade à cobertura eleitoral nas suas primeiras páginas.

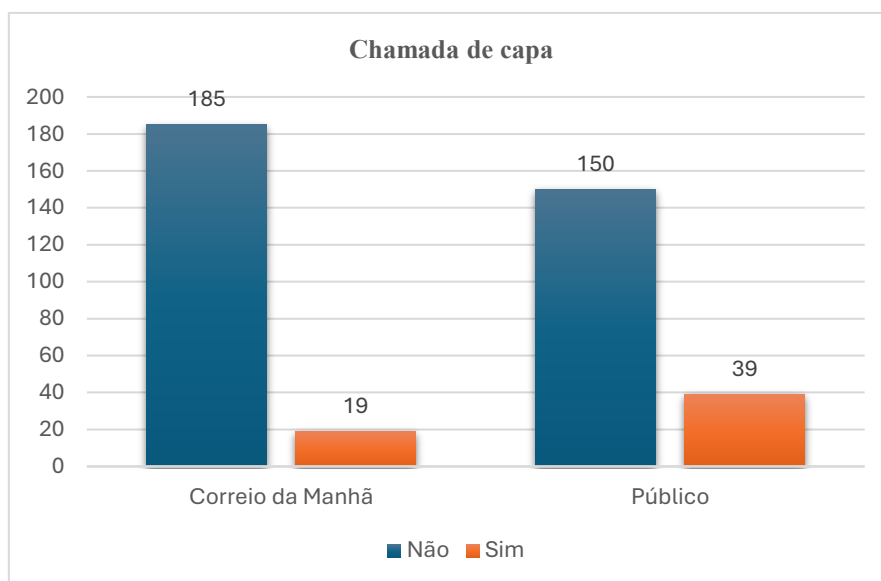


Gráfico 4 - Chamada de primeira página sobre as eleições

Através do gráfico 4, é possível visualizar diferenças significativas entre os dois jornais no que respeita à seleção da temática “eleições” para figurar nas suas primeiras páginas.

No *Correio da Manhã*, apenas 19 das 204 peças analisadas (cerca de 10%), possuem chamada de primeira página, o que contrasta com as 185 (cerca de 90%) peças que não foram destacadas. Quanto ao *Público*, 39 das 189 peças (cerca de 20%), surgiram em destaque na primeira página e 150 (cerca de 80%) não tiveram destacadas. Estes dados demonstram que, embora os dois jornais tenham dado pouco destaque, em primeira página, às eleições legislativas, o *Público* conseguiu destacar-se, apresentando praticamente o dobro das chamadas de primeira página do que o outro diário em análise.

Esta diferença pode eventualmente ser justificada pela identidade editorial de cada jornal, que é muito distinta. O *Correio da Manhã* é um jornal popular que privilegia primeiras páginas centradas em temas de apelo emocional e, frequentemente, sobre crimes. A reduzida presença de peças políticas, num momento tão concreto como o de umas eleições, nas suas primeiras páginas parece confirmar a estratégia de captação de leitores pela via do sensacionalismo e do *infotainment*. O *Público*, por outro lado, é um jornal de referência. O maior número de chamadas de primeira página dedicadas às eleições evidencia a centralidade da política na agenda editorial do jornal, que combina com o seu perfil.

#### 4.1.7. Temas principais das peças jornalísticas

Importa também saber quais os temas predominantes nas peças publicadas no *Correio da Manhã* e no *Público*. Esses dados são apresentados na tabela 6.

Tema da peça	Correio da Manhã	Público	Total Geral
Discurso Político	4	1	5
Ética e Transparência	13	11	24
Participação Eleitoral	35	34	69
Partidos e Lideranças Políticas	30	18	48
Questões Sociais e Políticas Identitárias	5	13	18
Resultados e Pós-Eleições	51	48	99
Sistema Político e Instituições	7	5	12
Programa eleitoral	20	27	47
Debate público e comunicação política	12	6	18
Ações de campanha	27	26	53
<b>Total Geral</b>	<b>204</b>	<b>189</b>	<b>393</b>

Tabela 6 - Temas das peças jornalísticas, por jornal

Para chegar aos temas que incluímos na tabela procurámos agrupar peças que tratavam assuntos semelhantes ou possuíam o mesmo assunto central sob designações mais gerais. O objetivo foi sistematizar informação que depois permitisse observar tendências. Assim, as dez categorias escolhidas representam as principais áreas de incidência da cobertura mediática das eleições legislativas de 2025 nos jornais.

Os dois jornais convergiram na valorização de certas dimensões da cobertura. O tema mais abordado foi o dos “Resultados e Pós-eleições” (51 peças escritas pelo *Correio da Manhã* e 48 publicadas pelo *Público*). Estes dados confirmam a centralidade do rescaldo eleitoral na agenda mediática.

Outro tema em destaque é a “Participação Eleitoral”. Para esta categoria foram consideradas as peças que abordavam a mobilização dos eleitores e participação cívica no processo eleitoral. Foram incluídas peças relativas às taxas de abstenção, comparações históricas e apelos ao voto, reportagens sobre o comportamento do eleitorado jovem e ainda pequenas peças que explicavam o funcionamento das mesas de voto e relatavam o ambiente no dia das eleições. Esta categoria está relativamente nivelada entre os dois jornais (35 peças no *Correio da Manhã* e 34 no *Público*).

Todavia, emergem também diferenças entre os jornais, sendo que o *Correio da Manhã* deu uma maior ênfase ao tema “Partidos e Lideranças Políticas” (30 peças em contraste com as 18 do *Público*). O tema “Debate Público e Comunicação Política” engloba o conjunto de peças centradas na interação entre candidatos políticos e *media*, sobretudo através dos debates televisivos, exposição pública e das estratégias de comunicação adotadas por cada partido. Nesta categoria também é visível uma diferença significativa entre os dois jornais. O tema surge em 12 peças no *Correio da Manhã* e apenas 6 no jornal *Público*.

Ainda assim, o *Público* destaca-se pelo maior número de peças dedicadas ao tema “Programa Eleitoral”, tendo publicadas 27 peças (o *Correio da Manhã* apenas 20). O *Público* apresentou também mais peças acerca do tema “Questões Sociais e Políticas Identitárias” contando com 13 peças publicadas, enquanto o *Correio da Manhã* conta apenas com 5.

Esta categoria agrupa peças que abordam temas de natureza social, cultural ou identitária que ganharam destaque na agenda eleitoral. Peças jornalísticas sobre imigração, igualdade de género, políticas de inclusão, reflexões sobre valores sociais e ainda peças que dão foco a determinadas escolhas eleitorais acerca dos temas acima referidos.

#### 4.1.8. As figuras políticas identificadas no *lead* das peças jornalísticas

Para a análise desta cobertura jornalística é também importante identificar que figuras políticas surgem no *lead* de cada peça jornalística, no qual se destaca o que é mais relevante na notícia e se responde às célebres questões “o quê, quem, quando, onde, como e porquê”. Na tabela 7, abaixo apresentada, estão representadas apenas as figuras políticas que possuem representação parlamentar, apesar de terem sido consideradas para a análise todas as figuras presentes no *lead* das 393 peças jornalísticas (o que se encontra nos anexos 2 e 3).

Dia	Correio da Manhã									
	Pedro Nuno Santos (PS)	Luís Montenegro (AD)	André Ventura (Chega)	Rui Tavares (Livre)	Rui Rocha (IL)	Mariana Mortágua (BE)	Inês Sousa Real (PAN)	Paulo Raimundo (PCP)	Filipe Sousa (JPP)	Nenhum
04/05/2025			1							4
05/05/2025		1								9
06/05/2025		1	1							7
07/05/2025	1	1		1						4
08/05/2025	2	1	1			1				6
09/05/2025	1	1								9
10/05/2025	1	1	1	1	1		1	1		4
11/05/2025	1	3	2	1	1	1				2
12/05/2025	4	1								2
13/05/2025	1	1	1			1		1		6
14/05/2025	3	3	2	1	1					3
15/05/2025	2	3	2	1	1	1				5
16/05/2025	1	3	2			1				4
18/05/2025										3
19/05/2025	5	4	2	2	2	1	2	1		11
20/05/2025	3		1							7
21/05/2025	1	1	2							2
22/05/2025		1	1							7
23/05/2025		1	2					1		1
24/05/2025	3	1	1				1		1	2
25/05/2025	2	1	3		1	1				2
Totais	31	29	25	7	7	7	4	4	1	98

Tabela 7 - Figuras políticas identificadas no *lead* das peças jornalísticas (Correio da Manhã)

Dia	Público									
	Pedro Nuno Santos (PS)	Luís Montenegro (AD)	André Ventura (Chega)	Rui Tavares (Livre)	Rui Rocha (IL)	Mariana Mortágua (BE)	Inês Sousa Real (PAN)	Paulo Raimundo (PCP)	Filipe Sousa (JPP)	Nenhum
04/05/2025	1	2								5
05/05/2025	1	2	1		1	1	1	1		2
06/05/2025	2	3	1							5
07/05/2025	1	3								6
08/05/2025		1		1			1			4
09/05/2025	2	2								4
10/05/2025	2	3	1							4
11/05/2025	1	1				1				4
12/05/2025	3	3	1	2	2	2	2	1		3
13/05/2025	2	1		1				1		2
14/05/2025	1	1	1							3
15/05/2025	1	1				1				5
16/05/2025	1	1	1		1					6
18/05/2025										3
19/05/2025	3	4	3	1	1	1		1	1	10
20/05/2025	1	1				1			1	11
21/05/2025	4	1	1							4
22/05/2025		1	1							4
23/05/2025	1	1								8
24/05/2025	2	1								4
25/05/2025			1			1				2
Totais	29	33	12	5	5	8	4	4	2	99

Tabela 8 - Figuras políticas identificadas no *lead* das peças jornalísticas (Público)

Através da análise das tabelas 7 e 8 verificaram-se grandes diferenças na menção a figuras políticas pelo *Correio da Manhã* e pelo *Público*.

De forma geral, são mencionados com maior frequência os líderes dos dois partidos com maior representação parlamentar, Luís Montenegro (AD) e Pedro Nuno Santos (PS), contudo, a intensidade da cobertura variou. O *Correio da Manhã* apresentou uma maior concentração de

menções a estes políticos nos dias posteriores às eleições, sobretudo a 19 e 20 de maio. Já no *Público*, verifica-se uma menção mais equilibrada dos principais líderes partidários, privilegiando um acompanhamento contínuo.

O líder do Chega marca presença assídua nos *leads* dos dois jornais, mas com nuances. No *Correio da Manhã*, a frequência de menções a André Ventura é semelhante às de Pedro Nuno Santos e Luís Montenegro. No *Público*, teve menor destaque e visibilidade, estando apenas associado a debates e episódios específicos.

No que diz respeito à cobertura de outros líderes de partidos, o *Público* atribui algum destaque a Mariana Mortágua (BE) com 8 referências; Rui Tavares (Livre) e Rui Rocha (IL) com 5 e Mariana Mortágua (BE) e Inês Sousa Real (PAN) com 4. No que toca ao *Correio da Manhã*, a sua presença foi mais pontual e foi associada, muitas vezes, a episódios específicos.

Por sua vez, Filipe Sousa, do Juntos pelo Povo, destaca-se pelas poucas referências, pois, durante o período de campanha, a sua presença nos *leads* das peças foi inexistente. Após as eleições, e apenas quando o JPP conquista uma representação parlamentar pela primeira vez, surgem as primeiras menções nos *leads*, ainda que pontuais, sobretudo no jornal *Público*.

O Jornal *Público* incluiu ainda no *lead* referências a figuras políticas que não estavam na corrida eleitoral, como o Presidente da República Marcelo Rebelo de Sousa, o antigo Presidente Cavaco Silva e o ex-primeiro-ministro António Costa (ver anexos 2 e 3). Já o *Correio da Manhã* procurou centrar as suas peças nos protagonistas da disputa eleitoral.

Perante esta análise, o *Público* distinguiu-se pela diversidade de figuras políticas representadas e pela contextualização das ações e dos discursos. Já o *Correio da Manhã* focou-se na menção dos grandes protagonistas e na dramatização do confronto. O caso do Juntos pelo Povo reforça a forma como a visibilidade mediática é fortemente condicionada pelos critérios de relevância institucional, podendo mudar quando se verifica uma mudança pouco previsível, como foi o caso da conquista do assento parlamentar. Filipe Sousa esteve ausente da campanha mediática e apenas emergiu, ainda que de forma simbólica, no pós-eleitoral.

#### 4.1.9. Os partidos políticos mencionados no *lead* das peças jornalísticas

Olhemos agora para a presença dos partidos políticos nos *leads* das peças jornalísticas, tendo em conta os vinte e um partidos concorrentes às eleições legislativas que foram mencionadas nas 393 peças analisadas. Apesar de todos terem sido considerados (ver anexos 4 e 5), estão representados nas tabelas abaixo (9 e 10) somente aqueles que possuem assento parlamentar e o JPP.

Correio da Manhã										
Dia	AD	PS	Chega	IL	BE	Livre	PAN	PCP	JPP	Nenhum
04/05/2025			1							4
05/05/2025	3	1	3	2	1					3
06/05/2025	4	2	1				1			4
07/05/2025	3	1				1				3
08/05/2025	3	3	2	1	2	1	1	1		6
09/05/2025	4	3	2	1				1		4
10/05/2025	4	2	2	3	1	1	2	2		2
11/05/2025	3	2	3	2	2	1	1	1		2
12/05/2025	2	4								3
13/05/2025	5	1	1	1	1			1		4
14/05/2025	3	3	2	1	1	2	1	1		5
15/05/2025	5	4				1				6
16/05/2025	2	2	1	1	1					6
18/05/2025										3
19/05/2025	6	7	4	3	2	2	2	3	2	5
20/05/2025	1	6	3							4
21/05/2025		3	3							1
22/05/2025	1	2	2	2						5
23/05/2025		2	1							1
24/05/2025		1	1				1	1	1	3
25/05/2025	2	4	2	2	1			1		
Totais	51	53	34	19	12	9	9	12	3	74

Tabela 9 - Presença de partidos políticos no *lead* das peças jornalísticas (Correio da Manhã)

Público										
	AD	PS	Chega	IL	BE	Livre	PAN	PCP	JPP	Nenhum
04/05/2025	2	1								5
05/05/2025	1		2	1	1	1				3
06/05/2025	2		3				1	1		5
07/05/2025	3	2	2				1			3
08/05/2025	1		2	1			1			2
09/05/2025	1	2	1	1				1		3
10/05/2025	5	3	4				1	1	1	2
11/05/2025	2	2	3	2	2	2	2	2		1
12/05/2025	1	1	1				1	1		4
13/05/2025			2	1	1		1	1		5
14/05/2025	1	4	2	2		1				1
15/05/2025	2	2	2		1					6
16/05/2025	5	2	3	2	1			1		4
18/05/2025	1		1							3
19/05/2025	6	6	6	1	2		1	1	1	7
20/05/2025	4	5	3		2			1	1	4
21/05/2025	1	3	2					2	1	2
22/05/2025	3	3	2	2						1
23/05/2025	3	1	3	1	2			1		3
24/05/2025	1	3		1						3
25/05/2025	1	1	1		1					1
Totais	46	41	45	15	13	4	9	13	4	68

Tabela 10 - Presença de partidos políticos no lead das peças jornalísticas (Público)

Analisando a presença dos partidos políticos nos *leads* dos textos, é evidente que tanto o *Correio da Manhã* como o *Público* deram maior atenção às três forças políticas com maior representação parlamentar, a coligação Aliança Democrática, o Partido Socialista e o Chega.

No *Correio da Manhã* observa-se uma cobertura semelhante no que respeita à AD e ao PS, embora, em determinados momentos da campanha, a coligação liderada por Luís Montenegro tenha merecido maior destaque. No que diz respeito ao Chega, este não tem tanto destaque, mas ainda assim é o terceiro partido mais mencionado. Quanto ao *Público*, é a AD a mais referida, depois o Chega e, a seguir, o PS.

Ao olhar para o período de campanha e para o pós-eleitoral, verifica-se uma mudança de foco. Durante o período de campanha, os dois jornais mencionam, nos *leads*, outras forças partidárias, como o BE, IL, Livre e PAN, ainda que de forma secundária. Por outro lado, após as eleições, a cobertura focou-se sobretudo na AD, no PS e no Chega que representam os três principais partidos com assento parlamentar.

No *Correio da Manhã*, esse foco reforçou a narrativa de dramatização da disputa entre os maiores partidos, enquanto o *Público* manteve uma abordagem mais plural mesmo que igualmente marcada pela centralidade dos vencedores e perdedores.

Relativamente aos partidos menores, como BE, IL, PAN ou Livre, estes perderam visibilidade no período pós-eleitoral, passando a ser apenas referidos em peças de balanço ou contextualização. Quanto ao JPP, volta a surgir de forma pontual após as eleições. Isto é, após ter conquistado representação parlamentar.

#### 4.1.10. As figuras políticas identificadas no texto das peças jornalísticas

Olhamos agora para as peças jornalísticas na sua globalidade, identificando as figuras políticas que foram mencionadas nas 393 peças analisadas no *Correio da Manhã* e no *Jornal Público*. Nas tabelas abaixo (11 e 12) apenas estão representadas as figuras que possuem assento parlamentar e o JPP, mas, para a análise, foram consideradas todas as que foram encontradas (ver anexos 6 e 7).

Correio da Manhã										
Dia	Pedro Nuno Santos (PS)	Luis Montenegro (AD)	André Ventura (Chega)	Rui Tavares (Livre)	Rui Rocha (IL)	Mariana Mortágua (BE)	Inês Sousa Real (PAN)	Paulo Raimundo (PCP)	Filipe Sousa (JPP)	Nenhum
04/05/2025	2	2	1							3
05/05/2025	2	6	2	1	1	1				2
06/05/2025	2	3	2	1	1	1		1		2
07/05/2025	3	6	1	1	1					
08/05/2025	1	1	3			1				5
09/05/2025	1	2	1					1		5
10/05/2025	1	2	1	1	1		1	1		3
11/05/2025	2	3	3	1	1	1				
12/05/2025	6	4	1							1
13/05/2025	1	2	3			1		1		3
14/05/2025	4	5	2	1	1					2
15/05/2025	5	4	2	1	1					4
16/05/2025	2	4	2			1				3
18/05/2025										3
19/05/2025	6	12	4	2	2	2	2	2	1	3
20/05/2025	4	2	3				1			4
21/05/2025	3	2	1							2
22/05/2025	2	2	4	2	1					1
23/05/2025	1	3	3			1		1		
24/05/2025	3	1	2						1	3
25/05/2025	3	1	4			1				
Totais	54	67	45	11	10	10	4	7	2	49

Tabela 11 - Figuras políticas identificadas no texto das peças jornalísticas (*Correio da Manhã*)

Público										
Dia	Pedro Nuno Santos (PS)	Luis Montenegro (AD)	André Ventura (Chega)	Rui Tavares (Livre)	Rui Rocha (IL)	Mariana Mortágua (BE)	Inês Sousa Real (PAN)	Paulo Raimundo (PCP)	Filipe Sousa (JPP)	Nenhum
04/05/2025	6	5	2	2	1	2	1	2		1
05/05/2025	4	3		2	2	2	1	2		1
06/05/2025	6	7	2	2	2	2	2	2		1
07/05/2025	3	6	3	3	2	2	2	2		2
08/05/2025	3	4		2	3	1	2	2		
09/05/2025	3	5	2	2	2	2		1		1
10/05/2025	4	8	1	1	2	2	2	2		1
11/05/2025	2	2		1	2	2	2	2		2
12/05/2025	5	3	1	2	3	1	3	2		2
13/05/2025	3	4	1	2	2	1	2	2		
14/05/2025		4	1	1	1	2	2	2		
15/05/2025	3	3	1	2	1	2	1	2		
16/05/2025	3	3	2		2	1				2
18/05/2025										4
19/05/2025	11	9	6	1	2	2	2		2	5
20/05/2025	4	3	3					1	1	5
21/05/2025	5	4	3					1		1
22/05/2025		2	1							2
23/05/2025	2	3	3		1	2		1		
24/05/2025	4	4	1							2
25/05/2025	1	2	2			1				
Totais	72	84	35	23	28	27	22	26	3	32

Tabela 12 - Figuras políticas identificadas no texto das peças jornalísticas (*Público*)

A análise das figuras políticas presentes nos textos jornalísticos é pertinente para percebermos quais os nomes mais mediatizados e quais aqueles que não tiveram tanta atenção por parte dos *media*.

O *Correio da Manhã* e o *Público* destacam-se pela relevância dada aos principais líderes partidários, Luís Montenegro (AD), Pedro Nuno Santos (PS) e André Ventura (Chega). Contudo, verifica-se que estes dois órgãos de informação não limitaram a sua atenção apenas aos grandes líderes. Figuras como Rui Tavares (Livre); Rui Rocha (Iniciativa Liberal); Mariana Mortágua (BE); Inês Sousa Real (PAN) e Paulo Raimundo (PCP) marcaram presença no corpo de texto das peças jornalísticas, ainda que de forma menos expressiva e frequente.

O aparecimento de figuras políticas históricas de cada partido é uma característica evidente desta cobertura, utilizada muitas vezes para dar contexto acerca de um determinado assunto. Verifica-se assim, a presença de vários nomes de antigos líderes partidários do PSD, como Pedro Santana Lopes, Durão Barroso, Pedro Passos Coelho (todos eles também ex-primeiros-ministros) e Aníbal Cavaco Silva (ex-Presidente da República). O nome do atual Presidente da República Marcelo Rebelo de Sousa, também surge várias vezes (ver anexos 6 e 7).

No caso do Juntos Pelo Povo, uma vez mais, verificou-se que não foi mencionado durante a campanha, à semelhança do que tínhamos observado relativamente aos *leads* dos textos. Após divulgados os resultados eleitorais, e depois de conhecida a conquista de assento parlamentar, este começou a ter mais relevância e por isso o nome de Filipe Sousa, líder do JPP, surge de forma mais frequente, nas peças. Contudo, nota-se uma diferença entre os jornais, sendo que o *Público* deu maior atenção ao partido, mesmo que de forma residual.

#### **4.1.11. Os partidos políticos mencionados no texto das peças jornalísticas**

Analisamos agora a presença dos partidos políticos nas peças publicadas, quer no *Correio da Manhã*, quer no jornal *Público*. Apesar de terem sido considerados os vinte e um partidos (ver anexos 8 e 9), estão representados nas tabelas 13 e 14 somente aqueles que possuem assento parlamentar e o JPP.

Correio da Manhã										
	AD	PS	Chega	Livre	PAN	IL	BE	JPP	PCP	Nenhum
04/05/2025	2	2	2	1	1	1	1	1	3	3
05/05/2025	5	4	4	1		2	1			1
06/05/2025	6	4	2		1	2	1			2
07/05/2025	8	5	2	1	1	1	1		1	
08/05/2025	7	7	8	1	2	1	2		1	
09/05/2025	6	6	4	2	3	2	3		3	1
10/05/2025	4	3	3	1	2	3	1		2	2
11/05/2025	3	4	5	2	2	2	4		2	
12/05/2025	5	6	2	2	1	2	1		1	
13/05/2025	5	4	6	2	2	3	3		3	2
14/05/2025	5	6	4	3	1	3	2		2	1
15/05/2025	6	5	2	3	1	2	2		2	5
16/05/2025	7	6	3	2	1	1	3		2	1
18/05/2025										3
19/05/2025	16	13	7	3	2	8	6	2	5	1
20/05/2025	7	9	8			2			1	1
21/05/2025	1	4	4							1
22/05/2025	6	8	5	3		3	2			
23/05/2025	3	2	3			1	1		1	1
24/05/2025	3	3	3		1	1		1	2	2
25/05/2025	4	4	5				1		2	
Totais	109	105	82	27	21	40	35	4	33	27

Tabela 13 - Presença de partidos políticos no texto (Correio da Manhã)

Público										
	AD	PS	Chega	Livre	PAN	IL	BE	JPP	PCP	Nenhum
04/05/2025	5	4	3	2	2	3	2		4	1
05/05/2025	5	4	2	2	1	2	2		2	
06/05/2025	9	9	7	3	3	3	5		5	
07/05/2025	9	7	4	4	3	1	3		2	
08/05/2025	4	3	4	2	3	3	2		2	
09/05/2025	6	4	1	2	2	2	2		4	1
10/05/2025	8	6	6	4	3	5	3	1	3	
11/05/2025	4	5	4	4	4	5	4		4	
12/05/2025	5	5	3	3	3	3	3		3	
13/05/2025	4	2	2	2	2	3	2		2	1
14/05/2025	3	3	4	3	3	3	3		3	
15/05/2025	4	5	4	2	2	3	2		2	4
16/05/2025	5	3	4	3	3	4	3		2	2
18/05/2025	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2
19/05/2025	17	19	18	5	3	5	10	3	11	1
20/05/2025	14	14	11	4		6	2	1	6	
21/05/2025	6	5	6			1	4		5	
22/05/2025	7	7	6	2	2	5	1	1	3	
23/05/2025	5	8	8	2	1	3	4	1	6	1
24/05/2025	3	6	5	1		1	2		4	
25/05/2025	4	4	3	1	1		2			
Totais	129	125	107	52	42	63	62	8	74	13

Tabela 14 - Presença de partidos políticos no texto (Público)

A análise da presença dos partidos políticos no corpo dos textos jornalísticos permite perceber as diferenças de tratamento dado pelos jornais. Uma vez mais, verifica-se que, nos dois jornais

analisados, AD, PS e Chega dominam a produção noticiosa, surgindo com maior frequência face aos partidos mais pequenos em termos eleitorais. A AD lidera no *Correio da Manhã* e no *Público*.

Apesar de destacarem os mesmos partidos, cada jornal organiza a cobertura de forma diferente, tendo em conta a sua linha editorial. Assim, o *Correio da Manhã* caracteriza-se por uma cobertura mais concentrada nos partidos com maior expressão, apesar de serem visíveis várias menções a partidos como Bloco de Esquerda ou Livre. Já o *Público*, apesar de dar mais importância à AD, PS e Chega, mostra maior diversidade na menção de partidos políticos.

#### 4.1.12. Existência de fotografias

De seguida, interessou-nos compreender se as peças do *Correio da Manhã* e do *Público*, sobre eleições, incluíam ou não fotografias. As hipóteses consideradas, presentes no gráfico 5 foram: “Sim”, caso a peça tenha fotografia; “Sim, com legenda”, se a fotografia tem legenda; “Não”, para classificar as peças jornalísticas que não são acompanhadas de fotografia.

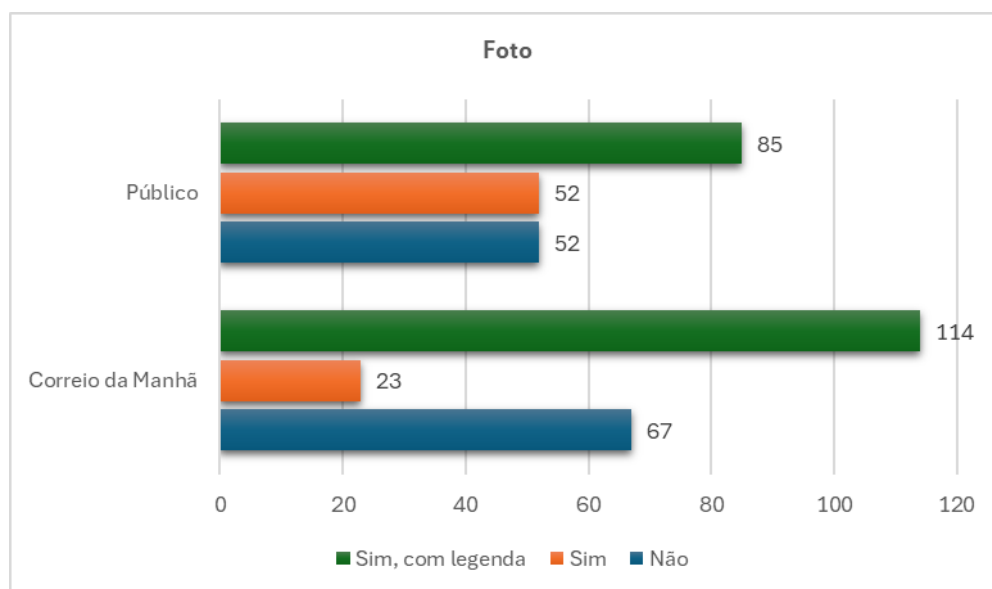


Gráfico 5 - Existência de fotografias sobre as eleições

A presença de fotografias nas peças jornalísticas constitui um elemento fulcral para compreendermos de que forma os jornais constroem a sua narrativa e procuram chamar a

atenção do leitor. A análise dos dados demonstra que, no *Correio da Manhã*, 137 das 204 peças incluem fotografia, sendo que 114 destas surgem acompanhadas de legenda. No *Público*, a presença de fotografia também é predominante, mas surge mais equilibrada, com 137 das 189 peças com foto, das quais 85 possuem legenda.

Ao comparar os dois jornais, podemos concluir que ambos utilizam elementos visuais de forma recorrente.

#### 4.1.13. Presenças de figuras políticas nas fotografias

Nesta análise procurámos também saber quem surge nas fotografias das peças jornalísticas. Apesar de terem sido consideradas todas as figuras políticas presentes nas 393 peças analisadas (ver anexo 10), mais uma vez, estão representados na tabela abaixo (15) somente aquelas que possuem assento parlamentar e o JPP.

Quem surge nas fotos das peças	Correio da Manhã	Público
André Ventura (Chega)	31	14
Luís Montenegro (AD)	29	26
Pedro Nuno Santos (PS)	25	24
Mariana Mortágua (Bloco de Esquerda)	13	9
Paulo Raimundo (PCP)	12	11
Rui Rocha (Iniciativa Liberal)	16	11
Filipe Sousa (JPP)	4	2
Inês Sousa Real (PAN)	7	6
Rui Tavares (Livre)	14	8
Não identificável		3
Não possui foto	65	55
Pessoas anónimas	3	20
Espaço	17	14

Tabela 15 – Presença de figuras políticas nas fotografias

Os dados presentes na tabela 15 mostram que os líderes partidários Luís Montenegro (AD), André Ventura (Chega) e Pedro Nuno Santos (PS) são os que mais surgem nas fotografias do *Correio da Manhã* e do *Público*. André Ventura lidera no *Correio da Manhã* e Luís Montenegro no *Público*, sendo o segundo no *Correio da Manhã*.

Luís Montenegro é quem surge mais nas fotografias (55 vezes), seguido de Pedro Nuno Santos (49 vezes) e André Ventura (45 vezes). Para além destes, líderes como Rui Rocha, Rui Tavares, Mariana Mortágua e Paulo Raimundo surgem de forma significativa, embora com menor regularidade. Filipe Sousa surge em quatro fotografias do *Correio da Manhã* e em duas do *Público*.

#### 4.1.14. Presença de figuras políticas nas fotografias de primeira página

Procuramos agora analisar a presença de figuras políticas nas primeiras páginas do *Correio da Manhã* e do *Público*, o que se apresenta na tabela 16.

Protagonista da capa (em foto)	Correio da Manhã	Público
André Ventura	7	3
Luís Montenegro	3	8
Filipe Sousa	1	
Gouveia e Melo	1	
Pedro Nuno Santos	3	6
Pedro Passos Coelho	1	
Nenhum	11	10
José Luis Carneiro		1
Marcelo Rebelo de Sousa		1
Rui Rocha		2
Paulo Raimundo		2
Rui Tavares		2
Mariana Mortágua		2

Tabela 16 – Figuras políticas presentes nas fotografias de primeira página, por jornal

Os dados presentes na tabela acima revelam diferenças significativas entre o *Correio da Manhã* e o *Público*. No primeiro caso, o político que se destaca é André Ventura, líder do Chega, que surge em sete primeiras páginas do *Correio da Manhã*. Este protagonismo está associado às várias polémicas em que Ventura esteve associado, nomeadamente o facto de ter tido complicações de saúde durante a campanha.

Além de André Ventura, surgem também em fotografias Luís Montenegro e Pedro Nuno Santos (3 fotografias cada um). Filipe Sousa, líder do Juntos pelo Povo, surge uma única vez em fotografia de primeira página do *Correio da Manhã*.

No *Público*, a figura que se destaca é Luís Montenegro (8 fotografias), seguida de Pedro Nuno Santos (6). Neste jornal, André Ventura surge em 3 fotografias.

Importa ainda destacar que a categoria “Nenhum”, apresenta o número mais significativo de toda a tabela. Esta categoria corresponde a chamadas de primeira página que não são acompanhadas por uma imagem, contabilizando-se 11 no *Correio da Manhã* e 10 no *Público*.

Em suma, é possível verificar que o *Correio da Manhã* tende a privilegiar figuras associadas a episódios polémicos, como foi o caso de André Ventura, quando se sentiu mal durante a campanha. Já o *Público*, atribuiu maior centralidade, em registo fotográfico, a nomes como Luís Montenegro e Pedro Nuno Santos.

#### 4.1.15. Recursos Gráficos

Vejamos agora que tipo de recursos gráficos foram publicados nos dois jornais (tabela 17), tendo em conta que estes elementos facilitam, muitas vezes, a compreensão dos dados, designadamente resultantes de sondagens.

Recursos Gráficos	Correio da Manhã	Público	Total Geral
Não	194	168	362
Sim - desenho a preto e branco		1	1
Sim - gráfico	2	2	4
Sim - infografia	8	8	16
Sim - infografia e tabela		1	1
Sim - ilustração		9	9
Totais	204	189	393

Tabela 17- Recursos gráficos presentes nas peças jornalísticas, por jornal

Tanto o *Correio da Manhã* como o Jornal *Público* recorreram de forma muito limitada a recursos gráficos, privilegiando o uso de fotografias, como salientado anteriormente.

Das 393 peças que constituem o *corpus* de análise, apenas 31 incluem recursos gráficos. No *Correio da Manhã*, 194 das 204 peças não possuem qualquer elemento visual adicional que complemente o texto.

No *Público*, embora também seja notória a ausência de recursos gráficos (168 em 189), existe uma maior variedade e exploração de recursos gráficos existentes. Entre as 21 peças que o *Público* publicou com recursos, 9 correspondem a ilustrações, 8 a infografias e há ainda algumas com gráficos e tabelas associados. O *Correio da Manhã* recorreu pontualmente a infografias, presentes em oito peças e a gráficos, em duas peças.

## **4.2. O lugar do JPP na cobertura jornalística**

Após a análise geral destas peças jornalísticas, importa analisar o destaque dado ao Juntos pelo Povo, o objeto de estudo desta investigação. A visibilidade do JPP apresenta um padrão claro. Surge de forma residual durante o período oficial de campanha e é intensificada apenas no rescaldo eleitoral. O partido adquire visibilidade após o ato eleitoral, a 18 de maio, momento em que conquista, pela primeira vez, assento parlamentar na Assembleia da República, afirmando-se como o primeiro partido regionalista madeirense a alcançar representação nacional. Este momento constitui um acontecimento noticioso relevante, que transforma o JPP e redefine a sua posição nas agendas jornalísticas, mas apenas de forma pontual. Através deste feito, o JPP conquistou algumas menções nos *leads* e foi notória a referência mais frequente ao nome de Filipe Sousa, o deputado eleito pelo partido.

Contudo, se analisarmos, de forma geral, o lugar do JPP nesta campanha, a resposta é de quase invisibilidade. Os dois órgãos de comunicação social privilegiaram os partidos/coligação com maior expressão a nível nacional, como a AD, PS e o Chega, e remeteram as forças políticas menores, em que se inclui o JPP, para menções secundárias.

O *Público* manteve, de forma geral, uma abordagem plural, que fez com que o JPP surgisse com mais relevância. Já o *Correio da Manhã* mostrou maior foco na dramatização entre protagonistas nacionais, mencionando o JPP sobretudo como consequência do resultado eleitoral.

Mesmo sendo deputado único e não sendo muito mediatizado no *Correio da Manhã e Público*, o deputado madeirense Filipe Sousa, numa entrevista que nos concedeu (e que se encontra no anexo 1), afirma que não se sente discriminado e recorda a sua primeira intervenção no Parlamento: “Lembro-me da minha primeira intervenção na República, logo no primeiro dia, no dia 3 de junho. Sempre disse que vinha para construir e não para destruir, independentemente das diferenças políticas”.

A pouca visibilidade no período pré-eleitoral deve-se, nas palavras de Filipe Sousa, ao facto do JPP ser um partido madeirense e por isso não ser conhecido a nível nacional. O agora deputado descreve como sendo “compreensível” os partidos/coligação com maior expressão, como a AD, PS ou Chega, possuírem maior atenção mediática. Filipe Sousa acredita na ascensão do partido a nível nacional a longo prazo, afirmando que “pouco a pouco” o partido vai crescer e será possível “constituir um grupo parlamentar maior no futuro”.

Quando questionado sobre o tipo de cobertura mediática ao seu partido, o deputado nota que “a nível nacional, há uma clara isenção”. Filipe Sousa refere que há mais peças publicadas nos jornais regionais, por exemplo, o que justifica com o facto de ter sido eleito “por um círculo eleitoral que é a Madeira”. Ainda assim, confessa: “nunca me senti discriminado a nível nacional pelo facto de ser deputado único, nem agora na Assembleia, nem durante a campanha”. O deputado refere ainda na entrevista: “quando falo na Assembleia sinto-me satisfeito porque faz-se silêncio. Considero que seja bom sinal”.

Quando confrontado com as diferenças de tratamento por parte dos dois jornais ao JPP, Filipe Sousa responde que “o *Público* tem um trabalho jornalístico mais profundo, os jornalistas fazem perguntas mais a fundo. Há a preocupação efetiva de perceber a nossa orientação em relação a um determinado tema. Nota-se claramente que o jornalista pensa”. Já sobre o *Correio da Manhã*, destaca o “sensacionalismo” e refere que não vê este jornal “a fazer cobertura jornalística na Assembleia”. Além disso, salienta: “O *Correio da Manhã* pouco ou nada me contactou”.

Se analisarmos em concreto a presença da figura política e do próprio partido na cobertura jornalística, é claro que o JPP surge, de forma mais frequente, através da figura de Filipe Sousa. As menções realizadas no pós-eleições referem-se, maioritariamente, ao marco histórico personificado no político madeirense. A mediatização do partido inicia-se, assim, após a noite

eleitoral. A partir dessa data, os dois jornais intensificaram a publicação de peças, atingindo o pico de 46 peças no total (22 do *Correio da Manhã* e 24 no *Público*) no dia 19 de maio.

Em relação à distribuição por jornais, o Juntos pelo Povo foi mais destacado pelo *Público* do que pelo *Correio da Manhã*. Já quanto aos géneros jornalísticos predominantes nas notícias sobre o partido, são sobretudo informativos (notícias).

O Juntos pelo Povo quase não aparece no primeiro período de análise (4 a 16 de maio), ganhando expressão apenas no segundo período, os dias imediatamente a seguir às eleições (19 a 25 de maio). Assim, ainda que não seja apresentada uma tabela exclusiva acerca da contagem de peças sobre o partido JPP, a evidência textual e a localização temporal das menções indicam que antes das eleições era quase nula a presença de peças, e foi após o ato eleitoral que começaram a surgir.

Relativamente à presença de Filipe Sousa no *lead* das peças jornalísticas verificou-se que este surge apenas uma vez no *Correio da Manhã*, no dia 24 de maio, e duas vezes no *Público*, após o dia 18 de maio. Ao verificar os partidos que surgem nos *leads* das peças, o JPP surge três vezes no *Correio da Manhã* e quatro vezes no *Público*. No primeiro jornal mencionado surge apenas no período pós-eleitoral e no caso do *Público* há uma menção durante o período de campanha.

Ao longo das peças jornalísticas, a tendência mantém-se mais ou menos semelhante, sendo que Filipe Sousa surge como figura política duas vezes no *Correio da Manhã* e três vezes no *Público*. Nos dois casos após o dia de eleições. No que toca ao partido JPP, verifica-se uma ligeira diferença, surgindo quatro vezes no *Correio da Manhã* e oito no *Público*. Uma vez mais, a presença do partido nos dias de campanha é quase inexistente.

De igual modo, praticamente não se verifica a presença do JPP nas chamadas de primeira página. Filipe Sousa surgiu numa única fotografia de primeira página no *Correio da Manhã*. No interior dos jornais, Filipe Sousa é o candidato que surge menos vezes nas fotografias (consultar tabela 15), em quatro peças do *Correio da Manhã* e duas do *Público*.

Ainda que, para a análise, tenham sido considerados apenas os jornais impressos do *Público* e *Correio da Manhã*, é pertinente mencionar o destaque dado ao JPP na Revista Domingo, no dia 25 de maio de 2025. Esta revista semanal surge como suplemento da edição impressa do *Correio da Manhã* todos os domingos. O candidato Filipe Sousa surge como figura principal

na capa da revista, com o título “Da Madeira a São Bento”. A revista destaca, portanto, o marco histórico conquistado pelo partido madeirense.

No interior da revista, dedicam-se quatro páginas para o partido Juntos Pelo Povo e para o seu candidato. Nas primeiras duas páginas, a figura principal da peça e da fotografia é Filipe Sousa, descrevendo-se a sua história de vida. As outras duas páginas possuem peças acerca do percurso do Juntos Pelo Povo e da conquista histórica que foi o assento parlamentar na Assembleia da República. Em relação às fotografias, destacam-se Filipe Sousa e o irmão (Élvio Sousa) numa delas e regista-se a presença de outras que ilustram momentos de campanha eleitoral.

## Conclusão

A investigação, realizada no âmbito desta dissertação de mestrado, pretendeu dar um contributo para compreender de que forma a cobertura jornalística das eleições legislativas de 2025 representou o Juntos pelo Povo, o primeiro partido regionalista madeirense a conquistar assento parlamentar na história da democracia portuguesa. O estudo partiu da questão: “Que tipo de destaque o partido Juntos pelo Povo recebeu nos jornais *Correio da Manhã* e *Público* durante a campanha para as eleições legislativas de 2025 e nos dias imediatamente a seguir?”.

Centrada nos jornais *Correio da Manhã* e *Público*, no período oficial de campanha (4 a 16 de maio), no dia do ato eleitoral (18 de maio) e nos dias subsequentes à votação (19 a 25 de maio), a análise do *corpus* de 393 peças jornalísticas permitiu concluir que o Juntos pelo Povo recebeu um destaque reduzido durante a campanha e uma atenção maior no período pós-eleitoral, justificada sobretudo pela eleição do primeiro deputado à Assembleia da República, Filipe Sousa. Desta forma, foi possível aferir que a cobertura evidenciou uma lógica de noticiabilidade reativa, ou seja, a atenção mediática surge e permanece ativa quando um acontecimento representa uma novidade.

Durante o período oficial de campanha eleitoral, a presença do JPP foi quase inexistente nos *leads* das peças jornalísticas e nas chamadas de primeira página dos jornais. A atenção mediática privilegiou as forças políticas com maior expressão, como a AD, PS ou Chega, que dominaram o espaço informativo no período analisado. O partido de Filipe Sousa permaneceu fora da hierarquia noticiosa, sem muito destaque, o que demonstra a dificuldade que os *media* têm em integrar atores políticos regionais (e novos) enquanto protagonistas do debate público nacional, em contraste com os partidos com maior expressão. Na entrevista que nos concedeu (anexo 1), Filipe Sousa refletiu sobre possíveis razões para este facto, dizendo: “Os grandes partidos possuem mais destaque mediático em relação ao JPP devido ao facto de as pessoas, a nível nacional, não conhecerem ainda o Juntos pelo Povo. A minha missão é inverter essa situação”.

O dia 19 de maio constituiu um momento de alteração desse cenário. Após serem conhecidos os resultados das eleições e a eleição de um deputado do JPP, o partido passou a figurar nas páginas dos jornais. O JPP começou a surgir em notícias de balanço das eleições, análise de resultados e de reconfiguração do mapa parlamentar. Desta forma, os jornais foram influenciados pelos resultados e pela novidade (valor-notícia fundamental) que foi a obtenção de representação parlamentar pelo JPP. A este respeito, a já citada entrevista que fizemos a

Filipe Sousa é reveladora: “fui contactado por todos os órgãos de comunicação social. Quando cheguei à República, eu até fiquei surpreendido, nunca tive tantas câmaras à minha frente” (anexo 1).

A comparação entre os dois jornais escolhidos para a análise revelou várias diferenças no grau e tipo de destaque concedido ao JPP. A cobertura do jornal *Público* foi mais contextualizada, colocando o JPP no debate sobre a diversidade parlamentar e a representatividade regional. No *Correio da Manhã*, a presença do partido revelou-se mais episódica, focada na notícia do resultado eleitoral e sem um grande desenvolvimento interpretativo. Desta forma, é possível constatar que o JPP mereceu mais atenção por parte do *Público*, embora, em ambos os jornais, tenha ocupado um lugar secundário no contexto destas eleições. Filipe Sousa também comentou estas formas de tratamento distintas:

O *Público* tem um trabalho jornalístico mais profundo, os jornalistas fazem perguntas mais a fundo. Há a preocupação efetiva de perceber a nossa orientação em relação a um determinado tema. Nota-se claramente que o jornalista pensa. No *Público* nota-se um trabalho jornalístico de profundidade, de tentar perceber o ponto de vista de cada partido e isso é importante. O *Correio da Manhã* é mais sensacionalista. Mas se este órgão existe é porque existem pessoas que o leem. O *Correio da Manhã* pouco ou nada me contactou. No caso deste jornal, acho que se focam na polémica. (Entrevista - anexo 1)

O Juntos pelo Povo foi, de forma geral, apresentado através da figura política de Filipe Sousa, ainda que a presidente do partido seja Lina Pereira, como referimos no início deste trabalho. Esta característica da cobertura confirma a tendência de personalização da política, evidenciada em vários estudos (Silva & Lobo, 2024). As referências ao JPP enquanto partido foram escassas e foi notória a preferência pela narrativa individual, centrada no deputado eleito. Foi também possível concluir que o JPP surge, maioritariamente, em peças informativas. Em relação às fotografias publicadas no contexto das peças jornalísticas, privilegiaram-se as forças políticas nacionais dominantes, tendo surgido somente uma vez uma fotografia de Filipe Sousa, no *Correio da Manhã*.

Esta investigação permitiu chegar a conclusões acerca das hipóteses teóricas apresentadas na parte metodológica desta investigação. A primeira hipótese, que corresponde ao facto de o *Correio da Manhã* ter dado maior destaque ao Juntos pelo Povo do que o *Público*, privilegiando uma lógica de proximidade e popularidade, não se confirmou. Os dados recolhidos demonstram o contrário. O JPP foi mais noticiado pelo jornal *Público*, enquanto o *Correio da Manhã* não deu tanta visibilidade e atribuiu apenas um tratamento essencialmente factual, centrado no período pós-eleitoral.

A segunda hipótese, que refere que o *Público* destacou o Juntos pelo Povo de forma mais contextualizada, enquadrando-o na dinâmica política nacional e regional, foi confirmada. O jornal *Público* caracterizou-se pela abordagem interpretativa e diversificada, enquadrando o partido no debate acerca da nova composição parlamentar e o significado político da sua eleição, ainda que, mesmo assim, tenha sido atribuído um papel secundário ao JPP.

Por fim, a terceira hipótese formulada, que sugere que o Juntos pelo Povo teve maior visibilidade noticiosa após os resultados eleitorais do que durante a campanha, também se confirmou. O JPP revelou-se praticamente invisível no período oficial de campanha (4 a 16 de maio). A partir do dia 19 de maio, após o ato eleitoral, é que adquiriu maior expressão mediática, com a eleição de um deputado.

O destaque concedido pelo *Público* e *Correio da Manhã* ao JPP foi escasso, momentâneo e condicionado pelos resultados eleitorais, no qual o fator novidade fez com que os órgãos de comunicação social concedem um espaço ao partido. Esta conclusão demonstra as limitações da cobertura jornalística portuguesa no reconhecimento de novos atores políticos, principalmente se forem regionalistas. Evidencia-se, assim, uma cobertura jornalística centrada nos partidos com maior expressão.

Em suma, a análise categorial possibilitou a identificação de quatro conclusões principais. Em primeiro lugar, o JPP obteve uma visibilidade residual durante a campanha e possui destaque somente após o ato eleitoral, quando foram conhecidos os resultados das eleições. Em segundo lugar, o destaque atribuído ao partido foi, na maioria, de carácter informativo e centrada no facto de ter sido eleito um deputado e não no percurso, ideais e propostas do partido. Em terceiro lugar, concluiu-se que o *Público* deu ao partido maior atenção mediática do que o *Correio da Manhã*, ainda que não muito expressiva. Por fim, a quarta conclusão diz respeito à cobertura mediática centrada na figura política e não no partido em si. O foco em Filipe Sousa reforça a dependência das narrativas mediáticas relativamente aos líderes partidários.

A investigação realizada procurou contribuir para uma melhor compreensão da forma como os órgãos de informação, em concreto o *Público* e o *Correio da Manhã*, abordaram novos atores políticos, revelando os desafios que a cobertura mediática impõe à pluralidade e equidade da representação jornalística no contexto democrático contemporâneo.

Deste modo, parece-nos importante que, em futuras investigações, seja explorada a forma como outros meios de comunicação social - como a televisão, rádio e meios digitais - representam partidos regionais e com menor expressão política. De igual modo, seria relevante aprofundar o estudo acerca do impacto das rotinas produtivas e critérios editoriais na definição da agenda política mediática. Este tipo de estudos, complementares ao que realizámos, poderiam contribuir para uma reflexão mais abrangente acerca do papel do jornalismo na representação da diversidade política e na consolidação de um espaço público mais inclusivo e equilibrado.

## Bibliografia

Almeida, J. V. & Pinto, J. M. (1975). Teoria e investigação empírica nas ciências sociais. Repositório do ISCTE – IUL. Disponível em: [https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/6755/1/Almeida%2c%20Jo%C3%A3o%20Ferreira%20de%20\(1975\)%20Vol.%20XI%2c%20N%C2%BA%2042-43%2c%20pp.%20365-445.pdf](https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/6755/1/Almeida%2c%20Jo%C3%A3o%20Ferreira%20de%20(1975)%20Vol.%20XI%2c%20N%C2%BA%2042-43%2c%20pp.%20365-445.pdf)

Amado, J. S. (2000). A técnica de análise de conteúdo. *Revista de Educação e Formação em Enfermagem*, n.º 5.

Bahia, J. (1990). *Jornal, história e técnica: História da imprensa brasileira* (4.ª ed.). São Paulo: Árica.

Bardin, L. (2008). *Análise de Conteúdo* (4.ª ed.). Lisboa: Edições 70.

Baptista, C. (2024). Jornalismo de política: O poder político e o poder dos jornalistas. Análise de dois momentos na história da profissão (1993 e 2024). In J. Lourenço (Coord.), *Jornalismo de especialidade* (Vol. 1, pp. 61–78). Lisboa: Livros Horizonte.

CNN Portugal. (2025, 15 de fevereiro). Mulher e filhos de Luís Montenegro têm uma empresa imobiliária. CNN Portugal / IOL. <https://cnnportugal.iol.pt/montenegro/luis-montenegro/mulher-e-filhos-de-luis-montenegro-tem-uma-empresa-imobiliaria/20250215/67b0a925d34ef72ee4424edf>

Conde, M. B. (2005). *Periodismo especializado*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias.

Constituição da República Portuguesa. (1976). Assembleia da República. <https://www.parlamento.pt/Legislacao/Paginas/ConstituicaoRepublicaPortuguesa.aspx#art110>

Expresso. (2025, 27 de fevereiro). Solverde paga 4 500 por mês à empresa familiar de Luís Montenegro. Expresso. <https://expresso.pt/politica/governo/2025-02-27-solverde-paga-4500-por-mes-a-empresa-familiar-de-luis-montenegro-17e2205b>

Figueiras, R. (2012). *Os media e as eleições europeias, legislativas e autárquicas de 2009*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.

Helfer, L. (2016). How politics becomes news and news becomes politics: A comparative experimental study of the politics-media relationship [Tese de doutoramento, Leiden University]. Leiden University Repository. <https://hdl.handle.net/1887/44701>

Lage, N. (2005). *A reportagem: Teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro: Record.

Lei n.º 14/79, de 16 de maio. (1979). *Lei Eleitoral da Assembleia da República*. Diário da República. <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/lei/14-1979-382590>

Leston-Bandeira, C., & Tibúrcio, T. (2012). Developing links despite the parties, parliament and citizens in Portugal. *The Journal of Legislative Studies*, 18(3–4), 384–402. <https://sci-hub.hkvisa.net/10.1080/13572334.2012.706052>

Lisi, M. (2019). *Eleições. Campanhas eleitorais e decisão de voto em Portugal*. Lisboa: Edições Sílabo.

Lourenço, J. (2024). A sociedade do desconhecimento e a necessidade do jornalismo especializado. In J. Lourenço (Coord.), *Jornalismo de especialidade* (Vol. 1, pp. 31–43). Lisboa: Livros Horizonte.

Lusa. (s.d.) Eleições AR 2025. [https://www.lusa.pt/Files/lusamaterial/eleicoes/ar2025/el\\_ar2025.htm](https://www.lusa.pt/Files/lusamaterial/eleicoes/ar2025/el_ar2025.htm)

Marchetti, D. (2020). Os subcampos especializados do jornalismo (P. Serra, Trad.). *Plural: Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da USP*, 27(2), 240–269. <https://doi.org/10.11606/issn.2176-8099.pcs0.2020.179832>

Mesquita, M. (2003). *O quarto equívoco: O poder dos media na sociedade contemporânea*. Coimbra: Minerva Coimbra.

Moreira, A., Araújo, E., & Sousa, H. (2017). *Comunicação e política: Tempos, contextos e desafios*. Braga: CECS – Universidade do Minho.

Quesada Pérez, M. (1998). *Periodismo especializado*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias.

Quivy, R. & Van Campenhoudt, L. (1998). *Manual de Investigação das Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.

Resende, F. (2016). *A cobertura jornalística da candidatura do independente Rui Moreira: Entre a visibilidade e a celebração*. Braga: Universidade do Minho.  
<https://doi.org/10.4000/cp.1325>

Sá, L. (1994). *O lugar da Assembleia da República no sistema político*. Lisboa: Caminho.

Salgado, S. (2003). A campanha das eleições legislativas de 1999 nos media. *IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom*, Universidade de Lisboa.

Salgado, S. (2011). Campanhas eleitorais e cobertura mediática: Abordagens teóricas e contributos empíricos. In J. C. Correia & S. Salgado (Eds.), *Comunicação e política* (pp. 225–239). Covilhã: Livros LabCom.

Salgado, S. (2012). Campanhas eleitorais e cobertura mediática: abordagens teóricas e contributos para a compreensão das interações entre política e media. *Revista Brasileira de Ciência Política*, nº 9, 229-253.

Santo, P. E., & Figueiras, R. (2010). Comunicação eleitoral. In J. C. Correia, G. B. Ferreira, & P. E. Santo (Eds.), *Conceitos de comunicação política* (pp. 77–89). Covilhã: Livros LabCom.

Santo, P. E. (2012). O debate político e a política-espetáculo. Análise dos debates televisivos das eleições Legislativas de 2009. In R. Figueiras (org.), *Os Media e as Eleições. Europeias, Legislativas e Autárquicas de 2009*. Lisboa: UCP.

Schudson, M. (2002). The news media as political institutions. *Annual Review of Political Science*, 5(1), 249–269. <https://sci-hub.hkvisa.net/10.1146/annurev.polisci.5.111201.115816>

Serrano, E. (2006a). *Jornalismo político em Portugal: A cobertura de eleições presidenciais na imprensa e na televisão (1976–2001)*. Lisboa: Colibri.

Serrano, E. (2006b). A dimensão política do jornalismo. *Comunicação & Cultura*, n.º 2, 63–81.

<https://doi.org/10.34632/comunicacaoecultura.2006.396>

SIC Notícias. (2025, 13 de março). Vídeo: “O país vai, outra vez, a eleições — mas por que em maio?”. SIC Notícias. <https://sicnoticias.pt/especiais/eleicoes-legislativas/2025-03-13-video-o-pais-vai--outra-vez--a-eleicoes-mas-porque-em-maio--53dba98e>

Silva, C., Gobbi, B. & Simão, A. (2004). *O uso da análise de conteúdo como uma ferramenta de pesquisa qualitativa: descrição e aplicação do método*. Universidade Federal de Lavras.

<https://www.revista.dae.ufla.br/index.php/ora/article/view/210>

Silva, T. & Lobo, M. C. (2024). A personalização política nos jornais portugueses e a importância dos líderes no voto (pp. 201-226). In M. C. Lobo & A. Espírito-Santo (eds.) *O eleitorado português no século XXI*. Lisboa: Tinta-da-China.

Simões-Ferreira, I. & Gomes, P. M. (2021). Introdução: As eleições de 2019 para o Parlamento Europeu (pp. 7–22). In I. Simões-Ferreira (Coord.), *Media, Europa e cidadãos: A campanha e a cobertura das eleições europeias de 2019*. Coimbra: Almedina.

Strömbäck, J., & Shehata, A. (2018). Political journalism. In J. Nussbaum (Ed.), *Oxford research encyclopedia of communication* (pp. 1–27). Oxford: Oxford University Press.

Tavares, F. (2009). O jornalismo especializado e a especialização periodística. *Estudos em Comunicação*, (5), 115–133. <https://www.ec.ubi.pt/ec/05/pdf/06-tavares-acontecimento.pdf>

Traquina, N. (2002). *O que é Jornalismo*. Lisboa: Quimera.

Traquina, N. (2005). *Teorias do jornalismo. Volume I: Porque as notícias são como são*. Lisboa: Edições Insular.

Tunstall, J. (1971). *Journalists at work*. London: Constable.

Vala, J. (1986). A análise de conteúdo. In A. S. Silva & M. Pinto (Eds.), *Metodologia das Ciências Sociais* (pp. 101–128). Lisboa: Afrontamento.

Viner, K. (2017). A mission for journalism in a time of crisis. *The Guardian*.  
<https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis>

## ANEXOS

### **Anexo 1. Entrevista a Filipe Sousa**

Deputado e líder do partido Juntos pelo Povo

Realizada a 13 de outubro de 2025

#### **1- Como explica o significado histórico da eleição do Juntos pelo Povo para a Assembleia da República?**

Toda esta conquista faz parte de um percurso político que se iniciou em 1993. Ano após ano, fomos consolidando a nossa intervenção em termos locais. Fui eleito presidente de Junta em 1997, permanecendo oito anos a presidir a Junta de freguesia de Gaula. Consolidou-se depois a marca JPP no Conselho de Santa Cruz. Foi todo um processo de consolidação em termos locais e com o trabalho que desenvolvemos no município de Santa Cruz, que se iniciou um reflexo, que se espelhou pela ilha, elegemos esses cinco deputados e atualmente somos a segunda força pública na região.

Culminou neste facto histórico. A verdade é que o nosso berço é na Madeira e pela primeira vez a Assembleia da República tem representação de um partido madeirense. É com orgulho que digo que temos esta representação na República, que representa, acima de tudo, um marco histórico neste percurso deste jovem partido. Agora resta-me a responsabilidade de lançar esta semente, que penso que já está a ser lançada a nível nacional, para que se transforme, não digo num mais curto espaço de tempo, mas de uma forma consolidada, num projeto nacional, com mais do que uma representação na Assembleia da República.

#### **2- Sempre teve como ambição chegar à Assembleia da República?**

Não. Sempre gostei de ter uma intervenção social e ajudar o próximo e encontrei na Junta de Freguesia de Gaula, a primeira a que presidi, uma forma de desenvolvermos essa perceção. Com o passar do tempo e com os meios financeiros de uma Junta de Freguesia que em nada se compara com os de uma Câmara, desenvolvemos um trabalho que foi bem aceite pela população.

Aí começou a nascer aquela ideia de que seria bom pensar numa candidatura ao município de Santa Cruz. Concorri três vezes, e somente à terceira é que fui eleito para presidir a Câmara Municipal de Santa Cruz. Nunca desistimos. Na Câmara desenvolvemos o trabalho durante 12 anos e, modéstia à parte, acho que a população de Santa Cruz ficou satisfeita e as pessoas reconhecem o trabalho feito.

A República nunca esteve nos planos. Foi através de um desafio proposto pelo meu irmão Élvio Sousa que surgiu a candidatura à Assembleia da República. A verdade é que a vida autárquica se tornou desgastante e, portanto, senti que estava na altura de fechar esse ciclo. Embora não me reveja no parlamentarismo, estou a gostar da experiência de estar na Assembleia da República. Já fiz parte da Assembleia Regional, mas nada tem a ver com a Assembleia da República. É um mundo completamente à parte. Contrariamente ao que eu pensava, há trabalho muito sério de todos os partidos e, apesar da dialética política existente, há sobretudo respeito entre todos.

### **3- Que desafios sente por representar um partido regional num contexto político maioritariamente continental?**

Sinceramente, nunca me senti discriminado pelos órgãos de comunicação social. Há sempre respeito. Poderá ter a ver também com a minha forma de ser. Nunca fui muito crítico. Quando tenho de criticar, critico de uma forma construtiva. Aliás, eu lembro-me da minha primeira intervenção na República, logo no primeiro dia, no dia 3 de junho, sempre disse que vinha para construir e não para destruir, independentemente das diferenças políticas.

Muitos deputados possuem diferentes quadrantes em que não me revejo, mas, apesar de serem diferentes, vários vêm dar-me os parabéns pelas minhas intervenções. Acho que é um bom sinal. Mesmo em torno do Parlamento, os próprios trabalhadores da Assembleia, as pessoas que me encontram na rua. Todos me transmitem que o meu tipo de discurso é muito genuíno. Nunca ensaiei discursos, tudo o que digo é espontâneo. Quando preparo os discursos para a Assembleia tenho sempre uma ideia chave, mas tudo o resto é espontâneo. A minha mãe sempre me disse que temos de ser fiéis aos nossos princípios e falar com o coração. É dessa forma que ajo.

Muitos deputados ensaiam o discurso e quando a conversa se altera já não sabem o que dizer. Além de todos estes pontos positivos pode haver desvantagens. O facto de ser deputado único

e ter de saber acerca de vários diplomas e matérias obriga-me a trabalhar muito mais na retaguarda, porque sou chamado para intervir acerca de todos esses temas. Tenho de me reunir de pessoas, assessorias, e ter um chefe de gabinete para me preparar agendas e os temas que vão ser abordados. Ao contrário dos outros partidos que possuem vários deputados e podem escolher quem intervém sobre cada temática, eu tenho de responder a tudo. Porque se não for preparado passo uma vergonha e se não intervier também passo uma vergonha. Tenho de ter o mínimo de preparação. A vantagem que poderá acontecer é o facto de, por ser deputado único, num diploma é-me atribuído mais tempo de intervenção em relação aos partidos com mais deputados, por exemplo.

Vejo muitos partidos tradicionais que investem naquela carreira política de pedir desculpa a direita à esquerda, apontam o dedo uns aos outros. O JPP não faz isso.

#### **4- Como avalia a forma como os meios de comunicação nacionais e regionais cobriram a candidatura do JPP durante a campanha eleitoral?**

Noto claramente a nível nacional uma isenção totalmente diferente. Infelizmente, há na Madeira um controle efetivo do governo e por isso os meios de comunicação privilegiam muitos partidos. Há muito órgãos de comunicação madeirenses que consideram o JPP como inimigo. A nível nacional há uma isenção, há uma diferença da noite para o dia. Portanto, estou-me a recordar do primeiro dia, quando cheguei à Assembleia. Além da campanha eleitoral, também houve aqui uma cobertura isenta e fui contactado por todos os órgãos de comunicação social. Quando cheguei à República, eu até fiquei surpreendido, nunca tive tantas câmaras à minha frente.

#### **5- Sentiu algum tipo de subvalorização mediática por o JPP ser um partido regionalista?**

Não, porque a minha experiência na República tem sido muito positiva. Quando intervenho sinto-me satisfeito, porque quando falo, faz-se silêncio e acho que isso é bom. Além disso, o facto de ser deputado único traz algumas vantagens.

**6- Por ser um partido madeirense, sente que o partido é mais noticiado na Ilha da Madeira? Como compara a cobertura local com a nacional?**

Sim, mas a iniciativa geralmente é nossa, através do envio de comunicados. Por exemplo, na questão do subsídio da mobilidade, que foi a primeira iniciativa que eu tratei na Assembleia da República, o único órgão de comunicação social que pegou neste tópico foi a Antena 1 Açores.

A nível nacional, fui contactado durante esta campanha por diversos órgãos de comunicação social - a TSF, Lusa, a Rádio Observador - que me questionavam, às vezes, sobre vários temas, como, por exemplo, acerca da lei do Orçamento de Estado ou quando foi a privatização da TAP. Eles pedem, por iniciativa deles, a nossa opinião. Na região essa iniciativa não acontece. Somos nós que às vezes, querendo dar a nossa opinião, emitimos o comunicado e enviamos, mas corremos o risco de ele ser publicado ou não.

Normalmente eu tenho enviado para a Lusa. Alguns órgãos aproveitam e outros não. A nível nacional não vejo isso. Aliás, eu já fui chamado duas ou três vezes para debates com o Bloco de Esquerda e com o PAN, que são os partidos que também têm deputados únicos, onde se discutem temas interessantes da atualidade nacional. E isto são iniciativas dos órgãos de comunicação social nacionais, a Antena, o RTP1, a CNN, a SIC também já me contactou.

**7- Acha que a imprensa deu a mesma atenção ao JPP do que aos partidos com representação nacional tradicional?**

Há regras, existem os tempos de antena, que os órgãos de comunicação social são obrigados a cumprir, independentemente de saber se o partido tem 1 ou 60 deputados. O que sinto é que, muitas vezes, há órgãos de comunicação social que cobrem uma determinada iniciativa nossa e outros não. E não fazem a cobertura porque não lhes interessa. Sinto que deram a mesma atenção ao JPP e aos outros partidos. Fui chamado para um debate com todos os partidos concorrentes às eleições nacionais, aqueles que também não tinham representação parlamentar.

É claro que aqui na região saem mais peças porque tem a ver com os círculos eleitorais. Eu fui eleito pelo círculo eleitoral que é a Madeira. A imprensa regional foi aquela que nos deu o maior destaque. Agora, a nível nacional, no período de campanha eleitoral, éramos chamados pela emissão de comunicados e nunca nos sentimos discriminados. Se perguntar se os partidos maiores tiveram maior cobertura, certamente que sim. E é compreensível. Muito sinceramente

digo que a nível nacional, pelo facto de ser um deputado único, e quer mesmo, durante a campanha, nunca me senti discriminado pelos órgãos da comunicação social. Se o PS ou o Chega foram chamados mais vezes que eu, seguramente que a resposta será sim. Mas nunca senti nenhuma discriminação por ser um partido mais pequeno.

Eu nunca fui de me colocar em bicos de pés à procura de jornalistas. Quando tenho interesse que um jornalista tome conhecimento acerca de uma determinada informação, eu escrevo e envio. E quando o jornalista também tem interesse vai à procura da informação. Já fui chamado várias vezes para falar acerca de vários temas. Por exemplo, o tema da imigração. Foram chamados a participar e a se pronunciar acerca dessa temática partidos como o PS, o Chega. Sinto que comecei a ter assim alguma cobertura quando comecei a apresentar propostas de alteração ao diploma dos estrangeiros. Acho que a cobertura mediática depende muito da intervenção de cada partido.

Outro exemplo é aquela polémica do ministro da Educação na questão das vagas do curso de Medicina na Universidade do Porto. O JPP foi o primeiro a requerer uma audição parlamentar ao ministro. Depois, partidos como o PS, o Chega, deram atenção ao assunto. Eu, por acaso, estava no Porto quando ouvi a notícia, e liguei logo para o meu gabinete para tratarmos de fazer um comunicado. Esse comunicado depois foi enviado para a Lusa e os diferentes órgãos de comunicação pegaram e depois contactaram-me. Além disso, demos entrada do requerimento para a audição do ministro.

Nesse aspeto não me sinto discriminado, porque a mesma cobertura mediática que teve o requerimento do Chega ou do PS, a nossa também teve. Senti que os órgãos de comunicação não me discriminaram desde quando concorri, durante a campanha e eleições até os dias de hoje. Fui contactado várias vezes para participar em iniciativas, inclusive muitas delas eram exclusivas para o JPP.

#### **8- Considera que a cobertura mediática teve impacto no resultado eleitoral do partido?**

Os *media* são sempre importantes porque marcam a nossa presença. Se têm um impacto, eu acho que sim. Se esse impacto é residual ou se tem um impacto maior, não consigo inferir isso.

Sinto que, na minha ação política, sempre privilegiei tudo aquilo que se faz. Devemos dar a conhecer à opinião pública. O crescimento do JPP tem muito a ver com isso. Os órgãos de comunicação social servem precisamente para divulgar ao público aquilo que se faz. Lembrome quando iniciei o meu percurso político em Gaula, nós fomos pioneiros em pegar no micro e falar para as pessoas na porta das igrejas. Nesses casos, chamava os órgãos de comunicação social. Essa forma de intervenção local, de profundidade, é uma marca nossa. Os órgãos de comunicação social serviram para promover essas iniciativas. Atualmente, acho que os *media* têm perdido um pouco esse papel para as redes sociais que constituem um ótimo veículo de comunicação social.

**9- Como avalia a relação entre jornalistas e políticos durante o período eleitoral?  
Sentiu abertura, desconfiança, proximidade?**

Não sinto isso, mas tem muito a ver comigo. Conheço muitos políticos que criticam muito os jornalistas, mas eu não sou assim. Não digo que simpatizo com todos os jornalistas, mas, mesmo com esses, de que não gostei do tratamento jornalístico, a minha relação sempre foi cordial. Nunca fui capaz de apontar um dedo a um jornalista. Falo com todos. Mas sei que tem a ver com a minha forma de ser. A minha relação com os jornalistas sempre foi “aberta”. Nunca deixei de falar com algum jornalista. Quando telefonam atendo sempre, a não ser que não esteja disponível. Eu nunca fui calculista político. As coisas acontecem de forma natural e há todo o tipo de jornalistas, uns trabalham de uma forma, outros de outra. Haverá sempre jornalistas que fazem perguntas maliciosas, mas até a esses não deixo de responder.

**10- Acha que o jornalismo de política em Portugal ainda se centra demasiado nos grandes partidos?**

Os grandes partidos possuem mais destaque mediático em relação ao JPP devido ao facto de as pessoas, a nível nacional, não conhecerem ainda o Juntos pelo Povo. A minha missão é inverter essa situação.

**11- Na sua opinião, que mudanças seriam necessárias para uma cobertura eleitoral mais equilibrada e representativa?**

Acho que essa mudança vai surgir de forma natural. Não me preocupa ter a cobertura jornalística. Tenho é de ter a capacidade de trabalhar no Parlamento. Depois, o bom jornalismo aproxima-se, como está a acontecer. Não vou correr de uma forma desenfreada para daqui a 4 anos, se tudo correr bem, ter um grupo parlamentar forte. Temos um deputado, já foi um degrau que subimos. Sinto que o JPP precisa de implantação a nível nacional. É construir este projeto como fiz com todos os outros da minha vida política. Primeiro estivemos em Gaula, depois Santa Cruz, depois tornamo-nos a segunda força política da Madeira e agora chegámos à República. Agora é construir este projeto e lançar a semente. Na rua já me reconhecem e parabenizam-me pelo meu trabalho. Acho que é um bom sinal.

**12- O JPP ambiciona afirmar-se como força política nacional para além de se manter como força política regional? Se sim, como?**

Sim, não digo que sejamos um partido de topo. Mas gostaria muito de formar um grupo parlamentar. Acho que seria a cereja no topo do bolo. Para atingir esse objetivo acho que é necessário conhecer as pessoas em primeiro lugar. Quando se cresce com pessoas erradas é complicado. Nesses casos, da mesma forma que se cresce, a queda é grande. Primeiro, acho essencial conhecer as pessoas certas. Já vou conhecendo algumas, inclusive no Norte de Portugal. Vejo muitos partidos que colocam nas suas fileiras pessoas com ânsia de chegar o mais rápido possível ao poder, mas, por vezes, essa ânsia torna-se em agonia e dificuldade e eu não quero passar por isso. Prefiro crescer devagar e atingir todos os objetivos a longo prazo, mas de forma correta.

**13- Que papel espera que os media desempenhem daqui para a frente na consolidação da presença do JPP na política portuguesa? Acha que a partir de agora, como possui assento parlamentar, o JPP vai ser um partido mais mediatizado?**

Espero que sim. Mas suponhamos, se eu for um deputado calado e parado, claro que a cobertura mediática será negativa. Agora, caso eu tenha a capacidade de apresentar projetos válidos e não andar na correria de apresentar iniciativas só por apresentar, serei visto de uma forma mais positiva por parte dos *media*. Todas as iniciativas que crio têm um fundamento, umas delas já

foi aprovada pela Assembleia da República. É necessário que haja a capacidade de que as iniciativas promovidas sejam credíveis e divulgadas.

**14- Sente que a cobertura jornalística, de forma geral, foca-se mais na polémica do que propriamente nos ideais do seu partido ou aspetos menos positivos?**

Sim. Por exemplo, na lei da imigração, o JPP foi falado pela positiva. Sei que há partidos de esquerda que não gostaram que eu votasse a favor da lei da imigração, mas a verdade é que quem governa foi ao encontro daquilo que eu defendia e das propostas que o JPP apresenta. Por isso, em consciência, votei a favor. Não é pelo facto de eu ser de esquerda que tenho de ser a favor da lei da imigração. Esta posição do JPP teve um reflexo positivo. Não posso estar amarrado a um extremismo de esquerda que fez asneiras e que não reconhece que as fez.

**15- Sente que há uma verdadeira preocupação em perceber os ideais do seu partido e nas ideias que pretende implementar?**

Acho que sim, mas principalmente quando há programas eleitorais a apresentar. A questão ideológica do JPP é pública, está devidamente escrita nos estatutos. Quando há atos eleitorais há sempre a preocupação por parte dos *media* em perceber quais são os nossos ideais e objetivos do programa.

**16- Sente que os media priorizam os temas polémicos ou há maior preocupação com os verdadeiros ideais defendidos por cada partido?**

Sim, se amanhã chegar à Assembleia da República e chamar um nome a um colega isso vai ter uma cobertura mediática elevada e vai ser um assunto falado durante dias. Agora, se eu abordar um tema de forma séria e construtiva, os *media* podem nem pegar. Na minha opinião, os meios de comunicação fazem isso de forma premeditada. Muitas vezes para chamar a atenção e para serem falados.

**17- Nesta dissertação, escolhi analisar dois jornais que tivessem uma linha editorial diferente: o *Correio da Manhã* e o *Público*. Nota diferença na maneira como o seu partido é noticiado em cada um dos jornais ou acham que o fazem da mesma forma?**

O *Público* tem um trabalho jornalístico mais profundo, os jornalistas fazem perguntas mais a fundo. Há a preocupação efetiva de perceber a nossa orientação em relação a um determinado tema. Nota-se claramente que o jornalista pensa. No *Público* nota-se um trabalho jornalístico de profundidade, de tentar perceber o ponto de vista de cada partido e isso é importante. O *Correio da Manhã* é mais sensacionalista. Mas se este órgão existe é porque existem pessoas que o leem. O *Correio da Manhã* pouco ou nada me contactou. No caso deste jornal, acho que se focam na polémica. Não vejo este órgão a fazer cobertura jornalística na Assembleia. Acho que nunca os vi. Devem marcar presença apenas em determinados momentos, como no orçamento. Há jornalismo e jornalismo e eu reconheço que temos excelentes profissionais que fazem um trabalho isento.

**18- Que papel sente que tem desempenhando como deputado na defesa dos interesses madeirenses na Assembleia da República?**

Acho que tenho sido a voz dos madeirenses em temas que são estruturantes. A mobilidade, por exemplo. Foi necessário levantar essa questão para os outros partidos reconhecerem que eu tinha razão.

Aquele diploma que foi apresentado na Assembleia, para que o governo avalie o quanto custa viver nas ilhas...para que seja elaborado um documento científico e técnico que sirva de exemplo... para que nos orçamentos de Estado os governos tenham essa consideração. Nas ilhas o nosso custo de insularidade acresce acima dos 30% em todos os níveis. E esse diploma foi aprovado. Tenho dado voz aos insulares, Madeira e Açores. Tenho falado também da questão do ferry, na questão da discriminação que as transferências do orçamento de Estado para as regiões autónomas.

**19- Como vê o futuro do seu partido nos próximos 5 anos?**

Eu nunca fui futurista. Eu acho que os percursos se constroem dia após dia. Eu costumo dizer: se eu trabalhei hoje e o dia foi positivo, o objetivo é que amanhã seja melhor. E os resultados

vão aparecendo. Não tenho qualquer ambição de futuro, mas tenho cumprido com tudo aquilo a que me tenho proposto. Acho que as coisas acontecem de forma natural. Não gosto de prometer porque quero fazer consoante o que tiver se ser feito e sentir que seja necessário no momento.

## Anexo 2. Tabela completa das figuras políticas identificadas no lead das peças jornalísticas (*Correio da Manhã*)

Correio da Manhã																															
Data	Pedro Nuno Santos (PS)	Luís Montenegro (AD)	André Ventura (Chega)	Rui Tavares (Livre)	Rui Rocha (L)	Mariana Morgado (BE)	Inês Sousa Real (PAN)	Paulo Raimundo (PCP)	Pedro Passos Coelho	Carvalho Silva (Lus Marques Mendes)	Rui Rio	Marcelo Rebelo de Sousa	Nuno Dinis (Esq-4)	Hélíola Apolinária (Os Verdes)	Cristina Rodrigues (Chega)	Joana Amara Dias (ADN)	Gouveia e Melo	Rui Fonseca e Castro	Filipe Sousa (PP)	António Costa	José Luís Carneiro (sucessor lideranca PS)	Mariana Vieira da Silva (PS)	António Mendonça Mendes	Fernando Medina (ex presidente Câmara Municipal de Lisboa)	Amadeu Guerra (Procurador Geral da República)	Pedro Soares	José António Vieira da Silva	Fernando Araújo	Numem		
04/05/2025			1																											4	
05/05/2025		1																												5	
06/05/2025		1	1						1	1	1	1		1																7	
07/05/2025	1	1		1						2				1																4	
08/05/2025	2	1	1			1									1															6	
09/05/2025	1	1																												5	
10/05/2025	1	1	1	1	1	1		1	1			1																		4	
11/05/2025	1	3	2	1	1	1																								2	
12/05/2025	4	1										1																		2	
13/05/2025	1	1	1				1		1																					6	
14/05/2025	3	3	2	1	1																									3	
15/05/2025	2	3	2	1	1	1										1														5	
16/05/2025	1	3	2			1												1												4	
18/05/2025																														3	
19/05/2025	5	4	2	2	2	1	2	1																						11	
20/05/2025	3		1																		1	1								7	
21/05/2025	1	1	2																	1	1		1							2	
22/05/2025		1	1																				1							7	
23/05/2025		1	2					1																	1					1	
24/05/2025	3	1	1				1												1		1	1			1					2	
25/05/2025	2	1	3		1	1								1								1					1			2	
Totais	31	29	25	7	7	7	4	4	3	1	1	1	2	1	2	1	0	1	1	2	4	3	0	2	0	2	0	1	0	0	99

## Anexo 3. Tabela completa das figuras políticas identificadas no lead das peças jornalísticas (*Público*)

Público																															
Data	Pedro Nuno Santos (PS)	Luís Montenegro (AD)	André Ventura (Chega)	Rui Tavares (Livre)	Rui Rocha (L)	Mariana Morgado (BE)	Inês Sousa Real (PAN)	Paulo Raimundo (PCP)	Pedro Passos Coelho	Carvalho Silva (Lus Marques Mendes)	Rui Rio	Marcelo Rebelo de Sousa	Nuno Dinis (Esq-4)	Hélíola Apolinária (Os Verdes)	Cristina Rodrigues (Chega)	Joana Amara Dias (ADN)	Gouveia e Melo	Rui Fonseca e Castro	Filipe Sousa (PP)	António Costa	José Luís Carneiro (sucessor lideranca PS)	Mariana Vieira da Silva (PS)	António Mendonça Mendes	Fernando Medina (ex presidente Câmara Municipal de Lisboa)	Amadeu Guerra (Procurador Geral da República)	Pedro Soares	José António Vieira da Silva	Fernando Araújo	Numem		
04/05/2025	1	2																												5	
05/05/2025	1	2	1		1	1	1	1																							2
06/05/2025	2	3	1							1																					5
07/05/2025	1	3								1																					6
08/05/2025	1	1		1			1																								4
09/05/2025	2	2																													4
10/05/2025	2	3	1									1																			4
11/05/2025	1	1					1																								4
12/05/2025	3	3	1	2	2	2	2	1																							3
13/05/2025	2	1		1				1	1			1																			2
14/05/2025	1	1	1									1														1					3
15/05/2025	1	1				1												2													5
16/05/2025	1	1	1		1																										6
18/05/2025												1																			3
19/05/2025	3	4	3	1	1	1		1													1	1									10
20/05/2025	1	1				1															1	1									11
21/05/2025	4	1	1																												4
22/05/2025		1	1									1													1						4
23/05/2025	1	1																											1		8
24/05/2025	2	1																			1		1		1	1			1		4
25/05/2025			1			1																1									2
Totais	29	33	12	5	5	8	4	4	2	1	0	0	5	0	0	0	2	0	2	3	1	1	1	1	2	1	0	1	1	99	

**Anexo 4. Tabela completa da presença de partidos políticos no *lead* das peças jornalísticas (*Correio da Manhã*)**

Correio da Manhã																
	AD	PS	Chega	IL	BE	Livre	PAN	PPM	Ergue-te	Os Verdes	PCP	Volt	JPP	CDS	ADN	Nenhum
04/05/2025			1													4
05/05/2025	3	1	3	2	1											3
06/05/2025	4	2	1				1	1	1							4
07/05/2025	3	1				1				1					1	3
08/05/2025	3	3	2	1	2	1	1				1					6
09/05/2025	4	3	2	1							1	1				4
10/05/2025	4	2	2	3	1	1	2				2					2
11/05/2025	3	2	3	2	2	1	1				1					2
12/05/2025	2	4														3
13/05/2025	5	1	1	1	1						1			1		4
14/05/2025	3	3	2	1	1	2	1				1					5
15/05/2025	5	4				1										6
16/05/2025	2	2	1	1	1				1							6
18/05/2025																3
19/05/2025	6	7	4	3	2	2	2				3		2			5
20/05/2025	1	6	3													4
21/05/2025		3	3													1
22/05/2025	1	2	2	2												5
23/05/2025		2	1													1
24/05/2025		1	1				1				1		1			3
25/05/2025	2	4	2	2	1						1					
Totais	51	53	34	19	12	9	9	1	2	1	12	1	3	1	1	74

**Anexo 5. Tabela completa da presença de partidos políticos no *lead* das peças jornalísticas (*Público*)**

Público																
	AD	PS	Chega	IL	BE	Livre	PAN	PPM	Ergue-te	Os Verdes	PCP	Volt	JPP	CDS	ADN	Nenhum
04/05/2025	2	1														5
05/05/2025	1		2	1	1	1										3
06/05/2025	2		3				1				1					5
07/05/2025	3	2	2				1									3
08/05/2025	1		2	1			1									2
09/05/2025	1	2	1	1							1					3
10/05/2025	5	3	4				1				1		1			2
11/05/2025	2	2	3	2	2	2	2				2					1
12/05/2025	1	1	1				1				1					4
13/05/2025			2	1	1		1				1					5
14/05/2025	1	4	2	2		1										1
15/05/2025	2	2	2		1											6
16/05/2025	5	2	3	2	1						1					4
18/05/2025	1		1													3
19/05/2025	6	6	6	1	2		1				1		1			7
20/05/2025	4	5	3		2						1		1			4
21/05/2025	1	3	2								2		1			2
22/05/2025	3	3	2	2												1
23/05/2025	3	1	3	1	2						1					3
24/05/2025	1	3		1												3
25/05/2025	1	1	1		1											1
<b>Totais</b>	46	41	45	15	13	4	9	0	0	0	13	0	4	0	0	68



**Anexo 8. Tabela completa da presença de partidos políticos no texto das peças jornalísticas (*Correio da Manhã*)**

Correio da Manhã																							
Dia	AD	PS	Chega	Livre	PAN	IL	BE	JPP	RIR	PPM	Nova Direita	Partido Liberal Social	PCTP/MRPP	PTP	MPT	Ergue-te	ADN	Nós Cidadãos	Volt	PCP	Os Verdes	CDS-PP	Nenhum
04/05/2025	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3			3
05/05/2025	5	4	4	1		2	1																1
06/05/2025	6	4	2		1	2	1			1						1							2
07/05/2025	8	5	2	1	1	1	1													2			
08/05/2025	7	7	8	1	2	1	2													1	1		
09/05/2025	6	6	4	2	3	2	3												1	3			1
10/05/2025	4	3	3	1	2	3	1													2			2
11/05/2025	3	4	5	2	2	2	4													2			
12/05/2025	5	6	2	2	1	2	1													1			
13/05/2025	5	4	6	2	2	3	3													3			2
14/05/2025	5	6	4	3	1	3	2													2			1
15/05/2025	6	5	2	3	1	2	2													2			5
16/05/2025	7	6	3	2	1	1	3									1				2			1
18/05/2025																							3
19/05/2025	16	13	7	3	2	8	6	2									1			5			1
20/05/2025	7	9	8			2														1			1
21/05/2025	3	4	4																				1
22/05/2025	6	8	5	3		3	2																
23/05/2025	3	2	3			1	1													1			1
24/05/2025	3	3	3		1	1		1												2			2
25/05/2025	4	4	5				1													2			
Totais	111	105	82	27	21	40	35	4	1	2	1	1	1	1	1	3	2	1	2	34	1	0	27

**Anexo 9. Tabela completa da presença de partidos políticos no texto das peças jornalísticas (*Público*)**

Público																							
Dia	AD	PS	Chega	Livre	PAN	IL	BE	JPP	RIR	PPM	Nova Direita	Partido Liberal Social	PCTP/MRPP	PTP	MPT	Ergue-te	ADN	Nós Cidadãos	Volt	PCP	Os Verdes	CDS-PP	Nenhum
04/05/2025	5	4	3	2	2	3	2													4			1
05/05/2025	5	4	2	2	1	2	2													2			
06/05/2025	9	9	7	3	3	3	5													5			
07/05/2025	9	7	4	4	3	1	3													2			
08/05/2025	4	3	4	2	3	3	2													2			
09/05/2025	6	4	1	2	2	2	2													4			1
10/05/2025	8	6	6	4	3	5	3	1												3			
11/05/2025	4	5	4	4	4	5	4													4			
12/05/2025	5	5	3	3	3	3	3													3			
13/05/2025	4	2	2	2	2	3	2													2			1
14/05/2025	3	3	4	3	3	3	3													3			
15/05/2025	4	5	4	2	2	3	2													2			4
16/05/2025	5	3	4	3	3	4	3													2		1	2
18/05/2025	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		2
19/05/2025	17	19	18	5	3	5	10	3									1			11		1	1
20/05/2025	14	14	11	4		6	2	1												6			
21/05/2025	6	5	6			1	4													5			
22/05/2025	7	7	6	2	2	5	1	1												3			
23/05/2025	5	8	8	2	1	3	4	1												6		1	1
24/05/2025	3	6	5	1		1	2													4			
25/05/2025	4	4	3	1	1		2																
<b>Totais</b>	<b>129</b>	<b>125</b>	<b>107</b>	<b>52</b>	<b>42</b>	<b>63</b>	<b>62</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>74</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>13</b>

## Anexo 10. Tabela completa das figuras políticas presentes nas fotografias das peças jornalísticas

Quem surge nas fotos das peças	Correio da Manhã	Público
André Ventura (Chega)	31	14
Luís Montenegro (AD)	29	26
Amadeu Guerra (Procurador Geral da República)	2	1
Pedro Nuno Santos (PS)	25	24
Mariana Mortágua (Bloco de Esquerda)	13	9
Paulo Raimundo (PCP)	12	11
Rui Rocha (Iniciativa Liberal)	16	11
Ricardo Reis (Chega)	1	
Patrícia Almeida (Chega)	1	
Paulo Seco (Chega)	1	
Cristina Rodrigues (Chega)	1	
Fernando Medina (antigo presidente da Câmara Municipal de Lisboa)	1	1
Mariana Vieira da Silva (PS)	3	1
Fernando Rosas (BE)	1	
Pedro Santana Lopes (ex-líder PSD)	2	2
Filipe Sousa (JPP)	4	2
Élvio Sousa (JPP)		1
Francisco Pinto Balsemão (ex-líder PSD)	1	1
Cavaco Silva (ex-líder PSD)	1	1
Hugo Soares (Líder Parlamentar do PSD)		1
Espaço	17	14
Durão Barroso (ex-líder PSD)	1	1
Pedro Passos Coelho (antigo primeiro-ministro)	2	2
Manuela Ferreira Leite (ex-líder PSD)	1	1
Luís Marques Mendes (ex-líder PSD)	1	1
Rui Rio (ex-líder PSD)	1	1
Gouveia e Melo (candidato presidenciais 2026 pelo PPM)		2
Heloísa Apolónia (Os Verdes)	2	
Inês Sousa Real (PAN)	7	6
Rui Tavares (Livre)	14	8
Joana Amaral Dias (ADN)	1	
Bruno Fialho (ADN)	1	
José Luís Carneiro (sucessor liderança PS)	3	3
Joaquim Barros Rodrigues (PSD)	1	
Nuno Melo (CDS-PP)	2	
José Pedro Aguiar-Branco (PSD)		1
Marcelo Rebelo de Sousa (Presidente da República)	4	2
Mendonça Mendes (PS)		1
Não identificável		3
Não possui foto	65	55
Nuno Diogo (Ergue-te)	1	
Paulo Estêvão (PPM)	1	
António Costa (antigo primeiro-ministro)		1
Manuel Alegre (antigo socialista)		1
Alexandra Leitão (PS)	1	
Pedro Coimbra (PS)		1
Pedro Pinto (Chega)		2
Isabel Mendes (Livre)		1
Pessoas anónimas	3	20
Rita Matias (Chega)	1	
Rui Fonseca e Castro (Ergue-te)	1	
<b>Totais</b>	<b>276</b>	<b>233</b>