

Instituto Politécnico de Portalegre
Escola Superior de Educação e Ciências Sociais

**O poder político no jornalismo regional: o caso dos jornais
madeirenses**

Dissertação de Mestrado
Curso de Segundo Ciclo de Estudos em Média e Sociedade

Lígia José Santos Neves

Sob orientação da Professora Doutora Adriana Mello Guimarães

Portalegre

2022

Instituto Politécnico de Portalegre
Escola Superior de Educação e Ciências Sociais

**O poder político no jornalismo regional: o caso dos jornais
madeirenses**

Dissertação de Mestrado
Curso de Segundo Ciclo de Estudos em Média e Sociedade

Lígia José Santos Neves

Sob orientação da Professora Doutora Adriana Mello Guimarães

Portalegre

2022

Instituto Politécnico de Portalegre
Escola Superior de Educação e Ciências Sociais

**O poder político no jornalismo regional: o caso dos jornais
madeirenses**

Dissertação de Mestrado

Curso de Segundo Ciclo de Estudos em Média e Sociedade

Mestranda: Lígia José Santos Neves

Constituição do Júri:

Presidente: Professora Doutora Luísa Maria Serrano de Carvalho

Arguente: Professor Doutor Joaquim Luís Rodrigues Bonixe

Orientador: Professora Doutora Adriana Mello Guimarães

Portalegre

2022

Agradecimentos

Agradeço à Professora Doutora Adriana Mello Guimarães pela orientação, conselhos e dedicação, sem ela nada disto teria o mesmo valor.

Agradeço aos restantes professores da Escola Superior de Educação e Ciências Sociais de Portalegre que, durante a licenciatura e o mestrado, semearam em mim o interesse pela temática aqui estudada.

Agradeço à minha família, em especial à minha avó e à minha mãe, por nunca terem deixado de me incentivar a crescer a nível académico e enquanto pessoa.

Agradeço, também, a todos os amigos que, ao longo deste percurso, me acompanharam e sempre acreditaram no meu potencial.

*“Freedom of the press is not just important to democracy, it is
democracy.”*

Walter Cronkite

*“Were it left to me to decide whether we should have a government
without newspapers or newspapers without a government, I should not
hesitate a moment to prefer the latter.”*

Thomas Jefferson

Resumo

Esta dissertação tem por objetivo compreender a forma como o poder político é tratado nas páginas de dois jornais regionais: o *Jornal da Madeira* e o *Diário de Notícias da Madeira*.

Todos os assuntos de interesse público são passíveis de ser noticiados. Não seria a política uma exceção. Desde os primórdios do jornalismo que a política tem vindo a desempenhar um papel de destaque no mundo dos média. Cabe-nos a nós, com a elaboração desta dissertação, procurar compreender de que forma é que esse papel é desempenhado e que adversidades se apresentam aos jornalistas para fazer chegar ao público as informações de foro político.

Sendo a imprensa local dotada de uma proximidade alheia aos média nacionais, importa compreender como funciona esta relação entre jornalismo e política num território onde fontes e jornalistas partilham um elo ainda mais evidente.

Com esta dissertação procuramos perceber o jornalismo político existente na Região Autónoma da Madeira. Para tal procedemos à análise de notícias de índole política, em dois espaços temporais distintos: antes e durante a pandemia da Covid-19, com a qual viemos a constatar que, em ambos os periódicos, as informações publicadas são sobretudo fornecidas pelas próprias fontes e que a pandemia não causou grandes alterações no jornalismo praticado por estes jornais.

Palavras-chave: Jornalismo; Política; Imprensa Regional

Abstract

This thesis has the purpose of understanding how the political power is treated on the pages of two regional newspapers: *Jornal da Madeira* and *Diario de Noticias da Madeira*.

All the subjects from the public interest are newsworthy. Politics wouldn't be an exception. Since the begging of journalism, politics have been playing a great part in the media world. It is up to us, with the elaboration of this thesis, to try to understand how this part is played and what adversities are presented to the journalists to get the political information to the public.

Since the local media has a proximity that the national media doesn't, it's important to understand how this relationship between journalism and politics works in a territory where sources and journalists share an even stronger bond.

With this thesis we reach to understand political journalism from the Madeira Island. For this purpose, we have proceeded to analyse the political news in two different periods of time: before and during the Covid-19 pandemic, in which we verified that, in both newspapers, the published information is mainly provided by the sources and that the pandemic didn't cause many alterations in the journalism practiced by these newspapers.

Keywords: Journalism; Politics; Regional press

Índice

Introdução.....	1
1) Breves notas sobre a história do jornalismo político, em Portugal	4
1.1) Os primórdios da censura	6
1.2) Estado Novo: o exacerbado controlo sob a imprensa.....	10
1.2.1) A instrumentalização da imprensa no salazarismo	12
1.3) Jornalismo político durante o Marcelismo	13
1.4) A luta pela liberdade de expressão	15
2) Notas contemporâneas sobre o jornalismo político	18
2.1) Apontamentos sobre o conceito de poder político.....	20
2.2) Política e jornalismo: um jogo de interesses	24
3) A relação entre fontes e jornalistas	31
3.1) Fontes oficiais: políticos como fontes de informação	34
3.2) Proximidade <i>versus</i> objetividade.....	38
4) Jornalismo regional: uma alternativa aos média nacionais.....	40
4.1) A proximidade enquanto valor notícia	42
4.2) A influência do poder político na imprensa regional	43
5) Metodologia	45
6) Resultados.....	49
6.1) <i>Jornal da Madeira</i>	49
6.1.1) Temática.....	49
6.1.1.1) 1. ^a Fase	49
6.1.1.2) 2. ^a Fase	54
6.1.2) Partidos Políticos	58
6.1.2.1) 1. ^a Fase	58
6.1.2.2) 2. ^a Fase	60
6.1.3) Relevância.....	60
6.1.3.1) 1. ^a Fase	61
6.1.3.2) 2. ^a Fase	61
6.1.4) Tamanho	62
6.1.4.1) 1. ^a Fase	62
6.1.4.2) 2. ^a Fase	63

6.1.5) Valor Notícia.....	64
6.1.5.1) 1. ^a Fase	64
6.1.5.2) 2. ^a Fase	66
6.1.6) Género.....	68
6.1.6.1) 1. ^a Fase	68
6.1.6.2) 2. ^a Fase	68
6.1.7) Espaço de Ação.....	69
6.1.7.1) 1. ^a Fase	69
6.1.7.2) 2. ^a Fase	71
6.1.8) Assinatura	71
6.1.8.1) 1. ^a Fase	72
6.1.8.2) 2. ^a Fase	72
6.1.9) Fontes de Informação.....	72
6.1.9.1) 1. ^a Fase	73
6.1.9.2) 2. ^a Fase	74
6.1.10) Imagem	75
6.1.10.1) 1. ^a Fase	75
6.1.10.2) 2. ^a Fase	75
6.1.11) Título.....	76
6.1.11.1) 1. ^a Fase	76
6.1.11.2) 2. ^a Fase	77
6.2) <i>Diário de Notícias da Madeira</i>	80
6.2.1) Temática.....	80
6.2.1.1) 1. ^a Fase	80
6.2.1.2) 2. ^a Fase	83
6.2.2) Partidos Políticos	88
6.2.2.1) 1. ^a Fase	88
6.2.2.2) 2. ^a Fase	89
6.2.3) Relevância.....	90
6.2.3.1) 1. ^a Fase	90
6.2.3.2) 2. ^a Fase	90
6.2.4) Tamanho	91
6.2.4.1) 1. ^a Fase	91
6.2.4.2) 2. ^a Fase	92
6.2.5) Valor Notícia.....	92

6.2.5.1) 1. ^a Fase	92
6.2.5.2) 2. ^a Fase	94
6.2.6) Género	96
6.2.6.1) 1. ^a Fase	96
6.2.6.2) 2. ^a Fase	96
6.2.7) Espaço de Ação	97
6.2.7.1) 1. ^a Fase	97
6.2.7.2) 2. ^a Fase	98
6.2.8) Assinatura	99
6.2.8.1) 1. ^a Fase	99
6.2.8.2) 2. ^a Fase	100
6.2.9) Fontes de Informação	100
6.2.9.1) 1. ^a Fase	100
6.2.9.2) 2. ^a Fase	101
6.2.10) Imagem	102
6.2.10.1) 1. ^a Fase	102
6.2.10.2) 2. ^a Fase	102
6.2.11) Título	103
6.2.11.1) 1. ^a Fase	103
6.2.11.2) 2. ^a Fase	104
7) Análise de dados	106
Conclusão	110
Referências Bibliográficas	113

Lista de Gráficos

Gráfico 1 - Temática - 1. ^a Fase <i>Jornal da Madeira</i>	49
Gráfico 2 – Temática - 2. ^a Fase <i>Jornal da Madeira</i>	54
Gráfico 3 – Partidos Políticos – 1. ^a Fase <i>Jornal da Madeira</i>	58
Gráfico 4 - Partidos Políticos - 2. ^a Fase <i>Jornal da Madeira</i>	60
Gráfico 5 - Relevância - 1. ^a Fase <i>Jornal da Madeira</i>	61
Gráfico 6 - Relevância - 2. ^a Fase <i>Jornal da Madeira</i>	61
Gráfico 7 - Tamanho - 1. ^a Fase <i>Jornal da Madeira</i>	62
Gráfico 8 - Tamanho - 2. ^a Fase do <i>Jornal da Madeira</i>	63
Gráfico 9 - Valor Notícia - 1. ^a Fase <i>Jornal da Madeira</i>	64
Gráfico 10 - Valor Notícia – 2. ^a Fase <i>Jornal da Madeira</i>	66
Gráfico 11 - Género - 1. ^a Fase <i>Jornal da Madeira</i>	68
Gráfico 12 - Género - 1. ^a Fase <i>Jornal da Madeira</i>	68
Gráfico 13 - Espaço de Ação - 1. ^a Fase <i>Jornal da Madeira</i>	69
Gráfico 14 - Espaço de Ação - 1. ^a Fase <i>Jornal da Madeira</i>	71
Gráfico 15 - Assinatura - 1. ^a Fase <i>Jornal da Madeira</i>	72
Gráfico 16 - Assinatura - 2. ^a Fase <i>Jornal da Madeira</i>	72
Gráfico 17 - Fontes de Informação - 1. ^a Fase <i>Jornal da Madeira</i>	73
Gráfico 18 - Fontes de Informação - 2. ^a Fase <i>Jornal da Madeira</i>	74
Gráfico 19 - Imagem - 1. ^a Fase <i>Jornal da Madeira</i>	75
Gráfico 20 - Imagem - 2. ^a Fase <i>Jornal da Madeira</i>	75
Gráfico 21 - Título - 1. ^a Fase <i>Jornal da Madeira</i>	76
Gráfico 22 - Título - 2. ^a Fase <i>Jornal da Madeira</i>	78
Gráfico 23 – Temática - 1. ^a Fase <i>Diário de Notícias da Madeira</i>	80
Gráfico 24 – Temática - 2. ^a Fase <i>Diário de Notícias da Madeira</i>	83
Gráfico 25 - Partidos Políticos - 1. ^a Fase <i>Diário de Notícias da Madeira</i>	88
Gráfico 26 - Partidos Políticos - 2. ^a Fase <i>Diário de Notícias da Madeira</i>	89
Gráfico 27 - Relevância - 1. ^a Fase <i>Diário de Notícias da Madeira</i>	90
Gráfico 28 - Relevância - 2. ^a Fase <i>Diário de Notícias da Madeira</i>	90
Gráfico 29 - Tamanho - 1. ^a Fase <i>Diário de Notícias da Madeira</i>	91
Gráfico 30 - Tamanho - 2. ^a Fase <i>Diário de Notícias da Madeira</i>	92
Gráfico 31 - Valor Notícia - 1. ^a Fase <i>Diário de Notícias da Madeira</i>	92
Gráfico 32 - Valor Notícia - 2. ^a Fase <i>Diário de Notícias da Madeira</i>	94

Gráfico 33 - Género - 1. ^a Fase <i>Diário de Notícias da Madeira</i>	96
Gráfico 34 - Género - 2. ^a Fase <i>Diário de Notícias da Madeira</i>	96
Gráfico 35 - Espaço de Ação - 1. ^a Fase <i>Diário de Notícias da Madeira</i>	97
Gráfico 36 - Espaço de Ação - 2. ^a Fase <i>Diário de Notícias da Madeira</i>	98
Gráfico 37 - Assinatura - 1. ^a Fase <i>Diário de Notícias da Madeira</i>	99
Gráfico 38 - Assinatura - 2. ^a Fase <i>Diário de Notícias da Madeira</i>	100
Gráfico 39 - Fontes de Informação - 1. ^a Fase <i>Diário de Notícias da Madeira</i>	100
Gráfico 40 - Fontes de Informação - 2. ^a Fase <i>Diário de Notícias da Madeira</i>	101
Gráfico 41 - Imagem - 1. ^a Fase <i>Diário de Notícias da Madeira</i>	102
Gráfico 42 - Imagem - 2. ^a Fase <i>Diário de Notícias da Madeira</i>	102
Gráfico 43 - Título - 1. ^a Fase <i>Diário de Notícias da Madeira</i>	103
Gráfico 44 - Título - 2. ^a Fase <i>Diário de Notícias da Madeira</i>	104

Introdução

A 2 de março de 2020 surgem em Portugal os primeiros casos de coronavírus dando início, no país, a uma pandemia que em 2022 continua a afetar as nossas vidas. Vivemos uma época díspar, alteramos hábitos de vida, modificamos comportamentos, aprendemos a viver de uma nova forma, fora do comum. Não sabemos bem o que se passa, ou o que fazer, o presente é novidade, o futuro é de dúvida. É, portanto, necessário procurar manter-se informado, para que se possa saber como agir, além de se estar a par daquilo que acontece ao nosso redor.

Numa altura como esta, em que os cidadãos almejam elucidação sobre o que ocorre à sua volta, o papel dos média não pode ficar nas sombras. Necessitados de conhecimento, carecemos da imprensa para obter informações fidedignas, relevantes e de interesse público, para podermos não só conhecer o que se passa, como também obter um esclarecimento sobre determinados comportamentos que devemos seguir.

Sendo “a informação um dos elementos fundamentais para que o indivíduo possa exercer plenamente os seus direitos” (Abreu, 2003: 26), confere-se assim a importância dos média enquanto “veículo que fornece informações aos cidadãos e, simultaneamente, lhes dá a possibilidade de levar as suas demandas até aos responsáveis pelas decisões que afetam a vida em sociedade”, explica o autor.

A imprensa funciona, portanto, como um meio para a difusão de informação entre um transmissor e um recetor, entendidos neste caso como os atores políticos e o público. É através dos jornais, quer sejam televisivos, radiofónicos, impressos e atualmente *online*, que as informações chegam à sociedade, “a imprensa tem por função dar visibilidade à ‘coisa pública’¹, e a visibilidade é uma condição da democracia” (Abreu, 2003: 26). Não é à toa que ao longo da história assistimos a diversos momentos em que os próprios agentes políticos tentaram silenciar a imprensa, de forma a procurar evitar que imagens de si negativas chegassem ao público interessado.

Não por acaso, as primeiras medidas dos regimes autoritários geralmente visam a restringir a liberdade de informação, e a censura é imediatamente imposta às estações de rádio e televisão e à imprensa escrita. Por outro lado, a informação é decisiva para os movimentos de

¹ No contexto deste estudo entendemos a ‘coisa pública’ como o fenómeno da Covid-19.

libertação contra a opressão. E é a imprensa que permite ao cidadão alargar o seu conhecimento sobre as questões públicas, evidentemente, não sobre o todo, e sim sobre parte do que se passa na sociedade. (Abreu, 2003: 26)

Além de que, uma vez que a pandemia veio limitar a comunicação política, com a limitação de concentração de pessoas num mesmo espaço, tornou-se quase impossível recorrer a eventos presenciais para fazer chegar ao público as suas mensagens. Sem comícios, conferências de imprensa ou outros eventos, os políticos ficaram mais dependentes dos jornais para chegar às pessoas.

O principal objetivo deste estudo consiste em perceber de que forma é que os jornais de índole regional da Região Autónoma da Madeira procederam ao tratamento das questões políticas, difundidas antes e durante a pandemia. O segundo objetivo passa por tentar compreender quais foram os focos das entidades políticas na hora de transmitir informações ao seu público/eleitores, numa época em que muito deles se esperava. Pretendemos, ainda, estabelecer uma comparação entre aquilo que fora publicado antes de se ter instalado a pandemia, de forma a tentar demonstrar de que forma decorria esta mesma mediatização da informação política numa época dita “normal”, e entre aquilo que foi publicado um ano depois, já durante a pandemia².

Acresce que em Portugal há poucos trabalhos académicos neste âmbito, sendo apenas de destacar a obra *Política nos jornais Portugueses* (2012) de Carla Batista, o livro coordenado por Isabel Ferin, *Jornalismo e Democracia* (2007), a obra de Estrela Serrano, *Jornalismo político em Portugal* (2006) e o livro *A mediatização da política na era das redes sociais* (2017), de Rita Figueiras.

Esta dissertação organiza-se em três partes: enquadramento teórico, metodologia e recolha e análise de dados.

Na primeira parte começamos por fazer uma breve abordagem à história do jornalismo político, em Portugal, desde o século XVIII até a atualidade, passando pelo salazarismo e marcelismo, sendo a censura o principal aspeto estudado neste tópico. Já sobre o jornalismo político na atualidade, procuramos explicar, antes de mais, o conceito de poder político e, de seguida, discutimos o papel das fontes de informação e a relação

² De referir que nessa mesma época decorrem as Eleições Presidenciais a 24 de janeiro de 2021 e começam-se a debater as Eleições Autárquicas de 26 de setembro de 2021.

de interesses existente entre estas e jornalistas. Por fim, abordamos a imprensa regional, salientando a importância da proximidade e as implicações que dela resultam.

No segundo capítulo passamos a explicar a metodologia adotada para realização deste estudo, a análise de conteúdo. Neste capítulo explicamos, também, a forma como esquematizamos o estudo, através das três fases de análise de conteúdo propostas por Bardin (1977): pré-análise, na qual dividimos o estudo em duas fases (pré-pandemia e durante a pandemia); exploração do material, onde desenvolvemos uma análise quantitativa e qualitativa de peças políticas do *Jornal da Madeira* e do *Diário de Notícias da Madeira*; tratamento de dados, em que analisamos os dados adquiridos com o recurso a gráficos.

Finalmente, na terceira parte expomos os resultados obtidos no estudo e procedemos à discussão dos dados adquiridos.

1) Breves notas sobre a história do jornalismo político, em Portugal

A conexão entre a imprensa e o poder político é, desde sempre, conflituosa. Embora se trate de uma relação em que existe uma certa dependência de ambas as partes, a verdade é que desde os seus primórdios que desta conexão se originam discórdias, tendo em conta que por inúmeras vezes, ao longo da história, o próprio poder político tentou colocar as suas rédeas sob a imprensa.

Um “eterno desamor” inevitável é a forma como Correia (2019) caracteriza esta relação.

Este eterno desamor é tanto mais facilmente compreensível quanto a vocação primeira de um média de informação, se quiser ter sucesso, é a de ter em consideração os interesses do seu público (leitor, ouvinte ou espetador, e agora até internauta) e não dos que estão interessados em «produzir» informação. (Correia, 2019: 281).

Isto porque, ainda que, segundo o autor, “os políticos [precisem] absolutamente dos jornalistas para comunicarem aos eleitores os seus projetos, as suas iniciativas, as suas tomadas de posição, as suas reações”, assim como, também, os próprios jornalistas precisam dos políticos, “(...) para poder dispor de uma vasta matéria suscetível de interessar os seus públicos”, não podemos esquecer o papel de “cão de guarda” dos jornalistas (Correia, 2019: 282).

A objetividade, ou o que se aceita como seu oposto, a parcialidade, são conceitos que a maioria dos cidadãos associa ao papel do jornalismo, consagrados nas leis que estabelecem as balizas do comportamento dos órgãos de comunicação social, em particular do sector público. Estão presentes, de forma implícita quando não explicitamente, nos códigos deontológicos dos jornalistas, situando-se no centro de toda uma etologia que coloca o jornalista no papel de «servidor do público» que procura a verdade, no papel de «cão de guarda» que protege os cidadãos contra os abusos de poder, no papel de *contrapoder* que atua do lado de quem doer, no papel de «herói» do regime democrático. (Ungario apud Traquina, 2002: 88)

São diversas as teorias associadas à relação entre políticos e jornalistas, das quais salientamos as *teorias de ação política*, descritas por Traquina (2002: 89, 90), nas quais “os média noticiosos são vistos de forma instrumentalista, isto é, servem objetivamente

certos interesses políticos”, ainda segundo o autor, “estas teorias defendem a posição de que as notícias são distorções sistemáticas ao serviço dos interesses políticos de certos agentes sociais bem específicos, que as utilizam na projeção da sua visão do mundo, da sociedade, etc.”.

Compreendemos, assim, que “os média funcionam como veículos privilegiados de transmissão de informação, permitindo um acesso massificante dos públicos a conteúdos das mais variadas áreas da vida social” (Traquina, 2002: 140).

Atualmente as atividades políticas são, por isso, planeadas sempre de acordo com a agenda jornalística, “rituais políticos que fazem parte da vida interna dos partidos, como os congressos e convenções partidárias que constituem o objeto de estudo, são hoje em dia calculados e organizados tendo em conta a transmissão mediática” (*idem*: 140).

O processo de transmissão e promoção dos conhecimentos sobre os eventos acima citados, pelos média, é chamado de mediação, ou seja, “o processo através do qual os média influenciam a forma como o público apreende, descodifica e assimila estas mesmas complexidades” (*idem*: 140, 141).

Assim sendo, as informações transmitidas pelas entidades políticas aos média são escolhidas com vista na repercussão que poderão vir a ter.

Cada partido tenta criar um perfil de notícias e de temas que consideram ser mais favoráveis para si e mais negativos para os seus adversários, com a convicção de que a proeminência nas notícias se irá traduzir numa saliência crescente perante os eleitores e, desta forma, influenciar as decisões de voto. (Traquina, 2002: 142).

Habitados a olhar o jornalismo como uma forma de comunicação livre, independente, objetiva e imparcial, não podemos esquecer as dificuldades que precisaram ser ultrapassadas para que se chegasse a esta realidade democrática. A verdade é que, durante largos períodos, a imprensa, em Portugal, passou, consoante sabemos, por diversas formas de censura e consequentes limitações à liberdade de expressão.

No que diz respeito ao jornalismo político, sabemos tratar-se de um meio de informar os cidadãos³ de uma sociedade acerca dos acontecimentos, ideias e decisões políticas tomadas e que, direta ou indiretamente, terão consequências nas vidas destas mesmas pessoas. Em tempos de censura, era difícil, se não impossível, imaginar noticiar factos políticos da mesma forma que hoje acontece.

1.1) Os primórdios da censura

Quando pensamos em censura, remetemos os nossos pensamentos para o Estado Novo, época em que, em Portugal, se viveram negros momentos no jornalismo, considerando a ação da censura sob os periódicos da altura. No entanto, a censura surgiu muito antes da instalação do governo salazarista no país.

Segundo Tengarrinha (1993: 16), “as primeiras ações de controlo dos escritos foram exercidas tanto pelo Desembargo do Paço como pelo Santo Ofício e ainda pelo Ordinário⁴ (arcebispos e bispos) nas respetivas dioceses, conforme a matéria e a oportunidade”. O autor, ao debruçar-se sobre um estudo, cujo objetivo visa observar o controlo exercido pelo Estado sob a imprensa periódica, compreende que é a expansão do número de publicações que leva à criação de uma forma de as controlar.

O aumento do número de publicações e a complexidade das matérias impôs, porém, a necessidade de uma certa coordenação. Assim, pela lei de 4-12-1576 passou a ser obrigatória a aprovação das três entidades para que qualquer escrito pudesse ter licença para se imprimir e correr. Os pedidos eram enviados separadamente e cada uma delas, traduzindo o real peço que exerciam no plano político geral da sociedade as três forças: papal, episcopal e real. (Tengarrinha, 1993: 16).

No início do século XIX, a política deixou de ser apenas um assunto “da ciência dos gabinetes e da ocupação dos homens de Estado” (Tengarrinha, 1993: 22). Conforme esclarece o autor, com as invasões francesas gerou-se na sociedade curiosidade acerca

³ Esse papel é garantido pelo direito à liberdade de imprensa, presente na legislação, consoante consta no ponto 2 do Artigo 1.º da Lei 2/99, “o direito da liberdade de imprensa abrange o direito de informar, de se informar e de ser informado, sem impedimentos nem discriminações”.

² A partir de 1768, esse controlo passa a ser elaborado pela Real Mesa Censória, criada com o intuito de colocar nas mãos do Estado a fiscalização das obras.

das temáticas políticas, levando a que, nas ruas, as pessoas se reunissem de forma a debater esses mesmos assuntos. Deste modo, entende-se que a política terá passado a ser um assunto de interesse público e, portanto, compreende-se a importância do seu debate no espaço público⁵.

É significativa expressão desse fenómeno a intensificação do movimento jornalístico, em que sobressai o aparecimento dos primeiros diários (num só dia, 1 de setembro de 1809, foram fundados três). A liberdade então dada aos jornais, nestas circunstâncias nacionais e internacionais abriram na imprensa periódica um debate novo. O que não pode ser explicado, pois, apenas pelas dificuldades dantes impostas pela censura e interrompidas nesse período, mas, sobretudo, pela circunstância de a questão do regime político não ter constituído, até aí, como passou a ser, preocupação dominante das camadas sociais medianamente informadas. (Tengarrinha, 1993: 23).

Esta expansão dos periódicos veio trazer, deste modo, certas dificuldades ao esquema de censura tripartida. Isto porque, além da intensidade do movimento jornalístico, “as demoras que este regime provocava eram ainda agravadas pela falta de censores, em especial os régios nomeados pelo Desembargo do Paço” (*idem*: 24).

Cádima (2013) salienta, ainda, o grande peso que a censura causou no país, no que toca a nível cultural e do próprio conhecimento.

A imposição da censura e o exercício das práticas censórias, independentemente da sua origem e do modo mais ou menos determinado como foi executada, foi, sem qualquer sombra de dúvida, um fator fortemente constrangedor da cultura e do conhecimento em Portugal ao longo de toda a sua história. (Cádima, 2013: 102)

Retenha-se ainda que a primeira lei de liberdade de imprensa, em Portugal, terá sido publicada em 1821, e que com a Constituição de 1822 é criado um Tribunal Especial de Proteção da Liberdade de Imprensa, “para conter os abusos dos contrarrevolucionários” (Cádima, 2013: 123). No entanto, segundo Cádima, após a Vila-

⁵ Entende-se por espaço público um espaço aberto a toda a sociedade, onde são debatidas informações, entre as quais temas de índole política, por serem do interesse de todos os cidadãos dessa mesma sociedade.

Francada⁶, suspendeu-se a Constituição de 1822, regressando ao Ordinário e à Mesa do Desembargo.

Apesar de em 1826 a Carta Constitucional anunciar uma nova abertura, a censura manteve-se firme e forte.

A Carta Constitucional de 1826 anuncia nova abertura, mas rapidamente infletida por sucessivos decretos e diplomas repressivos impondo comissões de censura e reduzindo apoios e isenções à imprensa. E com D. Miguel (1828-34) volta o absolutismo e em agosto de 1828 é abolida a comissão cartista voltando de novo a Mesa de Desembargo do Paço. A publicação de periódicos decai então na vertical. Dos 39 fundados em 1821 passou-se para 6 em 1829. (Cádima, 2013: 123)

A verdade é que só com a Lei de 22 de dezembro de 1834, após a queda do absolutismo, é que “os avanços timoratos em matéria de liberdade de imprensa (..) consolidariam a prática efetiva da liberdade no jornalismo” (Cádima, 2013: 126).

Com o regime absolutista em crise e o nascimento do liberalismo português, Tengarrinha (1993: 27) explica que “a ideia consensual de que ‘a comunicação dos pensamentos e das opiniões é um dos direitos naturais do homem’⁷”, adjacente aos princípios do liberalismo, veio levantar questões acerca dos limites desse mesmo direito.

O cerne da argumentação era que a Nação não estava preparada para a liberdade e faria mau uso dela, sendo melhor prevenir os crimes do que castigá-los, tanto mais que os danos daí resultantes não se reparariam com o castigo do delinquente, para uns; e que a censura prévia traria consigo males incomparavelmente maiores do que os abusos da liberdade para outros. (Tengarrinha, 1993: 27).

Compreende-se, portanto, que apesar de se começarem a instalar na sociedade, daquela época, ideais e pensamentos liberais, a verdade é que a liberdade de expressão e de informação era temida e acreditava-se que a mesma deveria ser controlada.

⁶ Golpe de Estado, ocorrido a 27 de maio de 1823, que finalizou a primeira tentativa de imposição de um regime liberal em Portugal.

⁷ Tengarrinha recorre às palavras do Bispo de Beja, defensor da censura prévia, proferidas na sessão das Cortes de 13-02-1821, para aclarar a ideia que vigorava na época.

Um dos episódios da história portuguesa da imprensa que nos permite fazer alusão a essas tentativas de controlo remonta-nos para 3 de agosto de 1850, data da implementação da *Lei das Rolhas*, aquando do liberalismo português.

Segundo Ribeiro (2009a: 74), a *Lei das Rolhas* “foi a primeira de uma série de leis nela inspiradas e que, independentemente das conjunturas, tem subjacente a permanência de um certo tipo de relações entre o poder e a liberdade cívica”.

Esta Lei, cuja proposta terá sido apresentada a 1 de fevereiro de 1850 pelo governo cabralista, “reunia as medidas que entendia indispensáveis, para a punição dos incessantes e escandalosos atentados, cometidos pela Imprensa contra a razão, a moral e a justiça” (Ribeiro, 2009a: 84).

De facto, a Carta Constitucional, no Art. 145.º, reconhecia o direito de liberdade de pensamento, contudo que os abusos desse mesmo direito fossem condenados, “condenava a censura prévia, mas legislava no sentido de não conceder uma total ilimitação à Imprensa” (p. 88). Deste modo, “para uns, a *Lei das Rolhas* representava a salvação da Imprensa, para outros, a sua morte” (p. 92).

A imprensa oitocentista, chamada de “imprensa de opinião”, consoante explicam Guimarães e Fernandes (2012: 2), “conferiu à vida do espírito uma presença social mais intensa, e marcou a mentalidade nacional de toda uma geração como um espaço de formação da opinião e da consciência do cidadão”, isto porque, recorrendo às palavras de Serrão (1978), os autores explicam que “a imprensa da época é, em primeiro lugar política, em segundo lugar, literária e só acidentalmente noticiosa dos acontecimentos da vida quotidiana” (Serrão, 1978 *apud* Guimarães & Fernandes, 2012: 2). Os autores destacam o papel de Fialho de Almeida, que “conforme o espírito da época, entendia o jornalismo como uma missão pedagógica de intervenção e, sobretudo, como um meio para a circulação de ideias” (Guimarães & Fernandes, 2012: 3), missão essa que terá sofrido, como já pudemos compreender, diversas tentativas de sabotagem.

Interessante é notar que, ao longo de todo o século XIX, a imprensa portuguesa era marcada pela presença das discussões políticas ou literárias e que muitos dos que escreviam para os periódicos pretendiam usar os jornais como “trampolim” para a política (Guimarães & Fernandes, 2012).

1.2) Estado Novo: o exacerbado controlo sob a imprensa

Ao contrário daquilo que estamos habituados a ver nos jornais da atualidade, na passagem do século XIX para o século XX, os jornais resumiam-se à propaganda de ideias políticas, padecendo de redações com poucas condições.

A maioria dos jornais da capital comungava das mesmas fraquezas: exíguos espaços físicos onde trabalhavam entre cinco a seis redatores para produzirem diariamente um jornal que raramente ultrapassava as seis páginas, das quais duas eram preenchidas com anúncios. (Baptista, 2012: 16)

O tratamento das questões políticas foi “muito precocemente considerado uma função especial e diferenciada das restantes tarefas” (Baptista, 2012: 22). Estas tinham como fundo um “artigo encomendado, escrito pelo diretor, por algum colaborador de confiança ou ditado pelo próprio chefe partidário”. Este trabalho do jornalista, de transcrever as palavras dos políticos, implicava, por vezes, uma proximidade entre os mesmos e os jornalistas.

Nesta época, eram poucos os jornais que se procuravam manter generalistas, como é o caso do *Diário de Notícias*, a maioria mantinha-se fiel a políticos, não existindo, portanto, independência e objetividade destes periódicos face ao poder político, “o tratamento [das discussões políticas] dividia-se entre a transcrição dos extratos dos discursos proferidos, especialmente daqueles deputados alinhados com a orientação política do jornal”, no entanto, por vezes também surgiam artigos sobre os partidos de oposição, “para que as suas ideias e frases fossem zurzidas ou ridicularizadas nos artigos de fundo” (Baptista, 2012: 28).

Entre 1910 e 1926 existia apenas uma Lei que “abrange todos os principais aspetos relacionados com o direito de expressão do pensamento pela Imprensa”. No artigo 1.º “era estipulada a ausência de caução, censura ou autorização prévia” (Carvalho, 1999: 13). Segundo Carvalho (1999: 14), a participação portuguesa na I Guerra Mundial veio trazer alterações na legislação da imprensa, “a declaração de guerra da Alemanha a Portugal forçou o Governo republicano a restringir a liberdade de Imprensa”, causando consequências diretas naquilo que era publicado.

Em 12 de março de 1916, eram dados poderes às autoridades policiais ou administrativas para apreender as publicações nas quais se

divulgasse ‘boato ou informação capaz de alarmar o espírito público ou de causar prejuízo ao Estado no que respeita, quer à sua segurança interna ou externa, quer aos seus interesses em relação a nações estrangeiras, ou ainda aos trabalhos de preparação ou execução de defesa militar’⁸. (Carvalho, 1999: 14).

Segundo Carvalho (1999), é a Lei n.º 495 de 28 de março que institui a censura prévia. Esta pretendia eliminar “tudo o que importa à divulgação de boato ou informação capaz de alarmar o espírito público ou de causar prejuízo ao Estado” (Carvalho, 1999: 15). Assim, de forma a tornar evidente a ação da censura, a parte eliminada não era trocada, mas sim deixado em branco o seu espaço. Ainda assim, nesta época, consoante relata o autor, à parte das notícias de caráter militar, “a censura era extramente tolerante. As críticas acérrimas ao governo, algumas delas em tom irónico e extremamente contundente, eram integralmente publicadas” (Carvalho, 1999: 17).

Com a instalação da Junta Revolucionária⁹, liderada por Sidónio Pais, foi decidido que seria abolida a censura prévia, no entanto, esta revelou-se uma situação de curta duração.

(...) a violência dos ataques na Imprensa e a crescente instabilidade política por eles provocados levam o Governo a decidir-se pelo restabelecimento da censura, tanto mais que sucessivas apreensões não pareciam suficientes para evitar a ‘escalada verbal nos editoriais dos órgãos anti sidonistas’. (Carvalho, 1999: 22).

Deste modo, Carvalho (1999) considera que o golpe de Estado de 17 de junho veio alterar a situação da Imprensa, sendo que:

(...) o aumento do rigor da censura é nítido. As críticas nos jornais do Governo são extremamente moderadas, envolvendo por vezes um elogio ou prova de confiança; as notícias sobre a atividade partidária começam a escassear e mesmo as anedotas sobre a censura começam progressivamente a ser menos frequentes, até desaparecem por completo. (Carvalho, 1999: 33).

Com efeito, compreende-se que a liberdade de imprensa foi, gradualmente, se perdendo devido à ação da censura, que se mostrava cada vez mais exigente e implacável.

⁸ Carvalho cita o Decreto n.º 2270.

⁹ Órgão de governo provisório criado no decorrer do golpe de Estado de dezembro de 1917.

Neste sentido, foi durante o governo salazarista que a imprensa atravessou uma das suas piores fases.

1.2.1) A instrumentalização da imprensa no salazarismo

A instalação do salazarismo em Portugal veio causar danos à liberdade de expressão e ao próprio jornalismo. Com a censura e a repressão do poder político face à imprensa, é impossível deixar de pensar nesta época como um período negro para o jornalismo.

A repressão sobre a imprensa adquiriu, em concomitância, um sentido vincadamente ideológico. Para além disso, o regime apenas mandava inserir publicidade nos jornais seus apoiantes, o que agravou as difíceis condições em que sobreviviam os jornais mais ou menos oposicionistas, muitos dos quais acabaram por desaparecer. (Sousa, 2008: 33)

Alguns ministros de Salazar, entre os quais Teotónio Pereira, fundador da revista *Ordem Nova*, com Marcelo Caetano, tinham noção da força da imprensa enquanto forma de reconhecimento público, vendo os “jornais como instrumentos persuasivos não despiciendos” (Baptista, 2012: 124), no entanto estes, geralmente, apenas publicavam notas oficiosas e outras informações políticas divulgadas pelos ministros.

Todo o conteúdo dos jornais diários, incluindo anúncios, fotografias, boletim meteorológico, etc. é, em princípio, submetido a censura prévia. Das provas das notícias, onde estão já incluídos os títulos uma regressa ao jornal com dois carimbos. Um deles, sempre idêntico, dizendo ‘visto’ e indicando a localidade da comissão de censura. O outro carimbo indica o resultado: ‘autorizado’, ‘autorizado parcialmente’, ‘demorado’ ou ‘proibido’. (Carvalho, 1999: 42).

Segundo Carvalho (1999), não eram apenas as notícias “desfavoráveis à política governamental” que eram censuradas. Tudo aquilo que “possa sugerir situações ou acontecimentos, cujo silêncio a censura provocaria se se passassem no nosso país” (Carvalho, 1999: 50), era censurado pelo “lápiz azul”¹⁰, mesmo se o acontecimento se tivesse dado no estrangeiro.

¹⁰ Um lápis de cor azul era utilizado para fazer os cortes nas notícias censuradas, sendo, portanto, um símbolo da censura, em Portugal.

São normalmente cortadas notícias sobre movimentos estudantis, manifestações de rua, deserções de exércitos, factos que demonstrem desrespeito à hierarquia militar, protestos contra governos ocidentais de regime autoritário, movimentos feministas ou ‘hippies’, torturas em prisões e situações de presos políticos, apelos à descolonização ou à restauração das liberdades individuais, estatísticas sobre percentagens do Orçamento estadual que se destina ao armamento, movimentos de contestação no seio da Igreja, amnistias a presos políticos, factos que desacreditem ou ponham em causa a autoridade dos governantes, etc. (Carvalho, 1999: 51).

Durante o Estado Novo era cerrado o controlo governamental exercido sobre os órgãos de comunicação, ainda que se comesçassem a notar mudanças no jornalismo português.

A ditadura em que Portugal viveu durante grande parte do século XX não impediu o jornalismo português de se desenvolver formalmente mais ou menos sintonizado com o que se fazia nos restantes países ocidentais, embora os conteúdos registassem inevitavelmente a marca da censura e da propaganda. (Sousa, 2008: 47).

Para Salazar, os jornais estavam “reduzidos a veículos acríticos das mensagens governamentais através da publicação de pouco apelativas notas oficiosas” (Baptista, 2012: 128). Este afastamento da comunicação social por parte do chefe de estado baseava-se em “nada de conferências de imprensa. Apenas algumas entrevistas concedidas a personalidades do meio jornalístico com precisão” (*idem*: 157).

Assim, segundo a autora, os jornais limitavam-se a acolher “apenas a opinião laudatória em relação ao governo, servindo para divulgar notas oficiosas e relatar acriticamente os acontecimentos miúdos que pontuavam o magro calendário da política institucional” (*idem*: 248).

De uma forma geral, a imprensa antes do 25 de Abril divulgava “mau jornalismo, era propaganda pura e simples!” (Fonseca *apud* Baptista, 2012: 181). Foi, portanto, uma época de condicionamento à liberdade de expressão.

1.3) Jornalismo político durante o Marcelismo

Com a substituição do salazarismo pelo marcelismo começaram-se a notar mudanças na matéria jornalística portuguesa. Jovens jornalistas, com alguma formação académica, surgem nas redações trazendo consigo “uma inclinação política de esquerda forjada nas lutas académicas ou no progressismo católico, levaram para as redações um interesse renovado pelos temas da cultura e da sociedade” (Baptista, 2012: 213).

Ainda assim, apesar dos novos jornalistas estarem mais despertos para a liberdade de expressão e a independência política dos jornais, do que os seus antecessores, a verdade é que a censura continuou.

A chegada de Caetano ao poder foi acompanhada de uma certa abertura do regime, de tal modo que se falava da Primavera Marcelista. A censura amenizou-se. Porém, a intensificação da Guerra Colonial e dos protestos estudantis levaram o regime a suspender a política em abertura, o que conduziu ao endurecimento da censura. (Sousa, 2008: 34).

Segundo Baptista (2012: 125), Marcelo Caetano tinha uma prestação jornalística, ao analisar e comentar assuntos económicos e, portanto, adquiriu “uma sensibilidade relativamente aos média que não era habitual com a sua formação política e percurso académico”. Assim, ao contrário de Salazar, Caetano compreendia a importância dos média como “veículos para fazer passar as suas mensagens”, mantendo uma postura ambígua face aos jornalistas, “enquanto distribuía sorrisos pelos jornalistas, não só pôs a censura a atuar de uma forma mais inteligente, como publicou uma Lei de Imprensa draconiana em que se tentava obrigar tipógrafos a denunciar os redatores mais ousados” (Baptista, 2012: 224).

Por este motivo, em comparação com o governo salazarista, também Carvalho (1999: 70) concorda que o governo marcelista “está muito mais atento ao crescente poder dos órgãos de informação. Utilizando preferencialmente a televisão, não descuida, porém, a Imprensa”.

No entanto, apesar de algumas mudanças se terem manifestado nas novas políticas de Marcelo Caetano, a verdade é que, não ocorreu “qualquer mudança constitucional que alterasse a essência do regime. Este continuou a ser ditatorial, no mínimo autoritário,

mantendo o partido único, a censura à informação e a polícia política, embora com nomes diferentes”¹¹ (Baptista, 2012: 216).

Deste modo, Baptista explica que os jornalistas avaliam negativamente este período da história, no entanto, a autora acredita que as mudanças causadas nessa época contribuíram para renovações no jornalismo praticado, especialmente na área política¹².

1.4) A luta pela liberdade de expressão

Durante todos estes períodos da história referidos, em que a censura prevaleceu sob a liberdade de expressão, houve sempre quem procurasse lutar contra essa realidade. Aquando da censura prévia, Carvalho (1999: 17) relata que “o descontentamento dos jornais em relação à atuação da censura generalizou-se progressivamente”. Segundo o autor, uma das formas dos jornais demonstrarem o seu dissabor perante a censura terá sido a propositada provocação aos cortes nas suas páginas.

Os jornais não raro provocavam os cortes da censura através de relatos exagerados de alterações da ordem pública ou da publicação de notícias militares. O grande número de espaços em branco era garantia para o leitor do rigor do jornal na crítica ao governo e despertava, entretanto, a curiosidade, espicaçada por vezes pelo próprio jornal. (Carvalho, 1999: 18).

Fundado em 1864, é o *Diário de Notícias* a ser considerado o primeiro jornal moderno, por “levar a sério a dupla missão de informar e educar o povo, doravante construída em missão para a Imprensa que se queria de massas”, apesar de vários feitos do *Diário* serem já praticados por outros jornais, é a este que é atribuída a “paternidade” destes feitos, uma vez que “o *DN* foi o jornal que melhor organizou a sua memória futura, promovendo a edição de várias histórias destinadas a assinalar efemérides”. (Baptista, 2012: 34).

¹¹ Baptista recorre às palavras de José Silva Pinto, um dos jornalistas entrevistados pela autora, no âmbito do seu estudo.

¹² Baptista, C. (2012). *Apogeu, Morte e Ressurreição da Política nos Jornais Portugueses – do século XIX ao Marcelismo*. Lisboa: Escritório Editora

O sucesso do *DN* surgiu “da necessidade de instrução das classes populares, que exigia um livro todos os dias”. Os jornalistas que participaram deste projeto, procuraram arduamente diferenciarem-se da política, “seja adotando outros formatos discursivos diversos dos artigos de opinião, seja especializando o trabalho de cobertura política”. (*idem*: 36)

O Estado Novo provocou nos média um repúdio desmedido levando a situações extremas. Segundo Carvalho (1999: 33), “o aumento do rigor da censura leva, entretanto, a imprensa a reagir, violando, por vezes, as instruções recebidas”. O autor relata, inclusive, dois acontecimentos marcantes deste descontentamento da imprensa.

Em 20 de julho, o diretor de *O Cardeal* Saraiva de Ponte de Lima é preso por, no lugar das notícias cortadas, o jornal ter publicado ‘ilustrações de fantasia’. O *Mundo* também, não poucas vezes, recusa-se a substituir as notícias cortadas, preferindo torná-las ilegíveis. (Carvalho, 1999: 33).

Durante a época marcelista, Baptista (2012) sublinha a criação de sinergias, enquanto forma de combate à censura.

(...) criação de sinergias entre alguns jornalistas, certos interlocutores da sociedade civil com agendas pró democracia e os leitores que viabilizava, com a sua preferências, os projetos jornalísticos mais liberais, abriu espaço para uma cobertura noticiosa que, sem deixar de publicar as notas oficiosas, os relatos da inaugurações e triunfantes viagens dos governantes, também dava informação sobre lutas sindicais, greves, manifestações de diversos grupos oposicionistas, iniciativas legislativas dos deputados da Ala Liberal contrárias à orientação governamental, sentenças proferidas pelos tribunais plenários. (Baptista, 2012: 221).

A autora salienta que “defendemos que o jornalismo foi capaz, em circunstâncias difíceis marcadas pela continuada ausência de liberdades políticas e cívicas, de iniciar um gesto de religação primordial às dinâmicas sociais” (Baptista, 2012: 221).

Os novos repórteres integraram, na sua maioria, os jornais vespertinos, “onde existiam direções mais independentes que permitiram o desenvolvimento de ambientes redatoriais profissionalmente mais estimulantes, dando liberdade e recursos aos novos jornalistas para descobrirem e contarem o país real” (Batista, 2012: 222).

De forma geral, quer durante o salazarismo, quer durante o marcelismo, o exercício da real profissão de jornalista consistiu numa luta face ao poder político:

O relato das condições de exercício do jornalismo durante o salazarismo e marcelismo revela a grandeza de uma história de sobreviventes que, mau grado a existência da censura, se alimentaram de restos, de migalhas e de memórias para insuflar algum dinamismo nas redações e não deixar morrer a vocação inicial dos jornais para escrutinarem os atos do poder, denunciarem as más práticas, reforçarem a cidadania, esclarecerem a opinião pública e promoverem uma utopia coletiva estruturada em torno do conceito de bem comum. (Baptista, 2012: 430)

Foram, portanto, períodos difíceis para os jornalistas e jornais de épocas ditadas pelo condicionamento da liberdade de expressão, onde o poder político limitava o trabalho jornalístico. Ainda assim, aos poucos, os jornalistas mais “rebeldes” foram ganhando o seu espaço e divulgando as suas ideias, “viam-se cada vez menos como ‘escritores de jornais’ (...) e cada vez mais como profissionais” (Sousa, 2008: 46). Podemos dizer que foram períodos de luta, mas que contribuíram para a liberdade de expressão e de imprensa.

2) Notas contemporâneas sobre o jornalismo político

Livre, independente, objetivo e imparcial. Podemos assim caraterizar o jornalismo que atualmente se pratica, em Portugal, face ao poder político, consoante estabelecido na Constituição da República Portuguesa¹³. Conforme mencionado no ponto anterior, relativamente à luta dos meios de comunicação em prol da conquista da liberdade de imprensa e extinção da censura, podemos agora verificar que foram várias as mudanças implantadas no meio jornalístico, mudanças essas que se fizeram sentir logo após o 25 de Abril.

Com o 25 de Abril e o fim da censura, Portugal assiste à explosão de novos títulos e ao aumento em flecha do número de jornalistas. Em 1974 e no espaço de um ano surgem nas bancas oito novos semanários, dois diários, nove jornais partidários e mais de uma centena de variados tipos de publicações periódicas. Só em 1975 sindicalizam-se 157 novos jornalistas, número que vai aumentar de forma exponencial nos anos seguintes. (Figueira, 2012: 11, 12)

Mas não é apenas o expoente crescimento de periódicos que vem marcar o fim da censura, mas sim os conceitos de “independência, verdade, vigilância, interesse público”, identificados por Figueira (2012: 139), uma vez que “sem informação credível, verdadeira e completa, como podem os cidadãos ser livres nas suas decisões para se poderem autogovernar?”.

Segundo Nery (2004: 14), ao contrário do que se vivia no passado, atualmente “os média já não se encontram numa relação automática de dependência com o poder político; o inverso acontece com frequência (...) pode dizer-se até que o poder está menos na ação do que na comunicação”.

¹³ Artigo 38.º (Liberdade de imprensa e meios de comunicação social): 4. O Estado assegura a liberdade e a independência dos órgãos de comunicação social perante o poder político e o poder económico, impondo o princípio da especialidade das empresas titulares de órgãos de informação geral, tratando-as e apoiando-as de forma não discriminatória e impedindo a sua concentração designadamente através de participações múltiplas ou cruzadas. 6. A estrutura e o funcionamento dos meios de comunicação social do setor público devem salvaguardar a sua independência perante o Governo, a Administração e os demais poderes públicos, bem como assegurar a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião.

A verdade é que nos dias que correm, conforme esclarece Serrano (2006: 94), “os média noticiosos desempenham um papel cada vez mais importante nas campanhas”. Papel esse, que, segundo a autora, “tem evoluído de uma situação em que eram, apenas, um mero canal de comunicação, para outra, em que se constituem como atores fundamentais do processo eleitoral”.

Foram diversas as mudanças que contribuíram para aquele que é o jornalismo atual. Segundo Melo (2008), o jornalismo político tem maior intensidade em sociedades cuja democracia representativa ainda se encontra em fase de sedimentação.

A emergência do jornalismo político como categoria espacial/ocupacional, ou seja, território demarcado na morfologia dos jornais/revistas (impressos ou eletrónicos), (...) não constitui [um] fenómeno generalizado no atlas do jornalismo contemporâneo. [A] sua intensidade é maior em sociedades onde a democracia representativa ainda está em sedimentação; residual ou nula nas democracias consolidadas. (Melo, 2008: 91).

Ainda que não seja tarefa fácil encontrar uma definição para o conceito de jornalismo político, Melo (2008) explica em que consiste a secção de política no jornalismo atual.

A secção de Política regista as atividades desse género no âmbito federal, estadual e municipal, acompanhando de perto a marcha dos acontecimentos, a vida partidária, o trabalho dos corpos legislativos e os atos da administração pública que tenham implicações políticas. (Ramos *apud* Melo, 2008: 91).

Segundo o autor, “a reportagem política (...) é considerada como um serviço de orientação e informação fundamental para a imprensa, desde que diz respeito aos interesses transcendentais do Estado” (Melo, 2008: 91). Isto porque enquanto outras secções, como o desporto, por exemplo, são apenas do interesse de uma determinada fração do público, a “informação político-administrativa interessa tanto aos políticos e homens de governo como (...) a todos os homens e mulheres cujo sistema de vida depende, naturalmente, das linhas traçadas pela política do Governo”.

No entanto, para compreender a relação entre jornalismo e política, é importante perceber, previamente, os conceitos de “poder”, “política” e, consequentemente, “poder político”.

2.1) Apontamentos sobre o conceito de poder político

Para explicar o conceito de *poder*, Campos (2016) recorre a Bobbio (1989), referindo que, sobre o conceito, podem ser aplicadas “definições substancialistas, subjetivistas e relacionais do poder”. Isto porque, segundo o autor, o poder pode ser identificado como “uma coisa que se usa para adquirir outros bens”; “a capacidade de um sujeito alcançar certos efeitos”; “uma *relação* entre dois sujeitos que implica a possibilidade de um deles obter do outro um comportamento determinado” (Campos, 2016: 52).

Segundo Lebrun (1981: 7), que por sua vez recorre a Parsons, ter o poder não equivale a “estar em condições de impor a própria vontade contra qualquer resistência”, na visão de ambos os autores, ter o poder é “dispor de um capital de confiança tal que o grupo delegue aos detentores do poder a realização dos fins coletivos”, ou seja, trata-se, assim, de “dispor de uma autoridade”.

Já no que diz respeito à *política*, Ribeiro (1981: 1) explica que a mesma “refere-se ao exercício de alguma forma de poder e, naturalmente, às múltiplas consequências desse exercício”.

Se a Política tem a ver com o poder e se o poder visa alterar o comportamento das pessoas, é evidente que o ato político possui dois aspetos que aparecem de pronto. Estes dois aspetos são: um interesse; uma decisão. (Ribeiro, 1981: 2).

Também Minogue (1996), recorrendo a Hobbes, associa a política à vulnerabilidade dos seres humanos, que os faz precisar de um “poder superior” para os governar”.

Os seres humanos que vivem num estado de natureza e temem a morte devem formar uma associação civil, autorizando um poder superior a governá-los segundo a lei – uma conclusão que Hobbes¹⁴ achou que resultaria, naturalmente, da conquista. Os seres humanos impelidos a seguirem este curso de ação devido à sua vulnerabilidade. A situação dos Estados não é essencialmente diferente; o que é diferente é o facto

¹⁴ Thomas Hobbes em *Leviathan* (1651).

de os Estados poderem proteger-se, enquanto os indivíduos isolados não podem. (Minogue, 1996: 69).

Dois dos pilares em que se assenta a política são a persuasão e o debate. Segundo Minogue, nas sociedades modernas, aquele que pratica a política deve possuir o dom da palavra, “uma vez que a política implica conversar, a capacidade política exige que se seja espirituoso, e os políticos são recordados pelas suas frases” (Minogue, 1996: 81), isto porque “a persuasão [constitui] o núcleo da política” (Minogue, 1996: 83). Sendo o núcleo a persuasão, seria, segundo o autor, o debate “a essência da política”. De forma a garantir que exista debate, são necessários pelo menos dois partidos políticos, uma vez que “um partido que monopoliza o poder e que fala apenas consigo próprio, como os partidos comunistas no poder durante o século XX, só pode ser totalitário, o que equivale a dizer despótico, e por isso nada tem a ver com política” (Minogue, 1996: 90).

Segundo Esteves (2010), o debate é o grande responsável pela afirmação da Opinião Pública enquanto “critério central da política moderna”.

O debate forma a Opinião Pública, mas esta é também responsável pela afirmação daquele como critério central da política moderna: primeiro, ao generalizar os debates a nível dos mais diversos tipos de associações e contextos sociais (cafés, salões, clubes, etc), depois a nível da imprensa e, finalmente, acabando por impor os seus critérios ao próprio quadro de funcionamento institucional da política (com a parlamentarização, o fim da censura e das práticas sistemáticas de segredo de Estado. (Esteves, 2010: 25).

Também Espírito Santo (2012) reconhece o impacto do debate no campo da política, sobretudo daquele que é transmitido por via televisiva.

O debate político exerce, neste contexto, um papel de promoção da inclusão política e eleitoral. No entanto, a focagem centralizada nos argumentos considerados úteis e nos personagens predefinidos como favoritos à partida reduz potencialidades de observação política por parte dos públicos televisivos, contribuindo sobretudo para o reforço das convicções e menos para a reflexão crítica de soluções políticas. (Espírito Santo, 2012: 149).

Mas a política não se aplica apenas ao Governo de um país, segundo Silva (2016) existe *a política e as políticas*.

A política está presente no cotidiano humano: nas escolas e universidade, nas organizações de classes (sindicatos e associações), no futebol, nas relações afetivas, no espaço familiar e doméstico, nos movimentos sociais, etc. Ou seja, em todos os espaços em que se estabelecem relações de poder. (Silva, 2016: 98).

Outro autor a debruçar-se sob o conceito de *política* é Nery (2004), que explica tratar-se de um conceito abrangente.

A definição da política como arte de dirigir e administrar Estados ou outras unidades políticas parece ultrapassada. A verdade é que, se não confinarmos a política às instituições onde ela mais se manifesta, como o parlamento, quase poderíamos afirmar que hoje tudo é política. (Nery, 2004: 5).

Figueiras (2017) por sua vez recorre a Meyer, Pennings *et al.* e Esser para explicar que existem três dimensões da política, são elas: o regime político, a atividade política e a estratégia política. A primeira “diz respeito ao quadro estrutural que enquadra o regime democrático (...) articula as regras escritas e não escritas que regulam os parâmetros dentro dos quais a ação política é possível” (Figueiras, 2017: 19). Já a atividade política remete à produção da política, “inclui as fases de negociação, de debate entre escolhas políticas alternativas, de produção de consensos, de deliberações e de soluções para questões estruturantes e execução das decisões tomadas” (Figueiras, 2017: 20). Por sua vez, a dimensão da estratégia política seria, segundo a autora, aquela que está realmente orientada para o poder.

A dimensão da estratégia política caracteriza o processo político propriamente dito. De todas as dimensões, é a mais orientada para o poder e relaciona-se com a autoapresentação da política e a gestão do desempenho. (...) O seu principal objetivo é granjear apoio para a estratégia que se pretende implementar e para tal usa os recursos políticos necessários para que determinada opção seja adotada como: poder socioeconómico, publicidade, prestígio, dinheiro, ameaça de sanções, argumentos de legitimidade, popularidade. Esta dimensão tende a materializar-se em eventos mediáticos e na projeção de determinadas imagens simbólicas. (Figueiras, 2017: 20).

Para compreender o conceito de *poder político* importa, também, reconhecer o conceito de *poder social*, uma vez que, segundo Campos (2016), o primeiro trata-se de uma subcategoria do mesmo. O autor recorre à definição de Ruth Zimmerling (2005, *apud*

Campos, 2016), para explicar o *poder social* como “a capacidade de obter resultados desejados fazendo com que os outros se comportem como queremos” (Zimmerling, 2005, *apud* Campos, 2016: 52).

Campos faz, ainda, questão, de explicar que o *poder político* se diferencia, ainda, dos poderes económico e ideológico. Segundo o autor, “o poder económico derivaria, numa perspetiva substancialista, da posse da *riqueza*. O poder ideológico, da detenção do *saber*. O poder político (...) do uso da *força*” (Campos, 2016: 52).

O *poder político* consiste, portanto, “na possibilidade de impor pela força, aos indivíduos membros de um grupo social (da cidade, ou *polis*), a adoção de um determinado comportamento” (Campos, 2016: 53).

No entanto, Lebrun (1981) explica que o uso da ‘força’ não está diretamente associado à violência, mas sim à determinação.

Se, numa democracia, um partido tem peso político, é porque tem força para mobilizar um certo número de eleitores. Se um sindicato tem peso político, é porque tem força para deflagrar uma greve. Assim, a força não significa necessariamente a posse de meios violentos de coerção, mas de meios que permitam influir no comportamento de outra pessoa. A força não é sempre (ou melhor; é rarissimamente) um revólver apontado para alguém; pode ser o charme de um ser amado, quando me extorque alguma decisão (...). Em suma, a força é a canalização da potência, é a sua determinação. E é graças a ela que pode definir a potência na ordem das relações sociais ou, mais especificamente, políticas. (Lebrun, 1981: 6).

Ainda segundo o autor, “existe poder quando a potência, determinada por uma certa força, se explica de uma maneira muito precisa. Não sob o modo da ameaça, da chantagem, etc..., mas sob o modo da ordem dirigida a alguém que, presume-se, deve cumpri-la” (Lebrun, 1981: 6).

Assim sendo, é o político o responsável por tentar implantar esse mesmo comportamento na sociedade.

Nas democracias modernas, o político é porta-voz de uma qualquer opinião amplamente aceite e aquilo que espera é ascender a um cargo oficial. Capacidade para ser o porta-voz e cargo oficial são as polaridades dentro das quais os homens e mulheres que se dedicam à

política têm de viver, revelando cada uma delas muita coisa acerca da política. (Minogue, 1996: 81).

No entanto, ainda que o poder político detenha um grande peso nas sociedades contemporâneas, importa, segundo Silva (2016), compreender que este anda de mãos dadas com outros poderes.

O poder expressa o conjunto de relações difusas na sociedade. Não se trata, portanto, de privilegiar o poder político em detrimento de outras formas de poder, mas de considerar a sociedade enquanto *lócus* constitutivo de micro-poderes nas relações em seu interior, entre os indivíduos e destes em relação ao Estado. (Silva, 2016: 138).

Sendo que, como até aqui pudemos compreender, a política desempenha um papel de elevada importância nas sociedades, graças ao poder que detém, é inevitável que esta assuma grande relevância no jornalismo, sendo por diversas vezes o tema a que é dada maior atenção por parte dos jornalistas. No entanto, não nos podemos esquecer que o próprio poder político, por sua vez, reconhece na comunicação social a forma mais eficaz de fazer chegar aos cidadãos a sua voz.

Compreendemos, portanto, que o poder político diz respeito à autoridade que certos indivíduos possuem (por meio de eleições), para obter, através da persuasão, a adoção de determinadas ações e comportamentos por parte dos seus eleitores. Ou seja, o poder político possibilita a influência por parte dos atores políticos sobre a sociedade por eles governada.

2.2) Política e jornalismo: um jogo de interesses

Sendo os assuntos políticos um tema de elevado interesse público, é inevitável que recebam grande destaque por parte dos jornalistas no elaborar dos noticiários. Nery (2004: 55) explica que “dentro da política, os temas relacionados com os partidos e com o governo são os mais frequentemente destacados nas primeiras páginas”.

Muitas das vezes os acontecimentos noticiados no âmbito da política tratam-se de pseudoacontecimentos, ou seja, acontecimentos que são criados com o intuito de serem noticiados.

Pseudoacontecimentos (...) não são espontâneos, surgem porque foram planeados, são criados para serem cobertos pelos média, o seu sucesso mede-se pela amplitude da sua cobertura. A sua relação com a realidade subjacente à situação é ambígua e, geralmente, funcionam como uma autopromoção. (Pinto *et al*, 2016: 32).

Portanto, compreende-se que cenários políticos, como conferências de imprensa, assembleias, conferências, entre outros, ocorram para que os média as possam noticiar, fazendo assim chegar ao público a informação desejada.

Figueira (2007: 68), por sua vez, encara os jornais como atores políticos, explicando que “a velha Ágora grega foi substituída pela cidade dos média, por onde passa o centro da vida dos nossos dias e em cujo contexto a imprensa desempenha um papel crucial”. Para o autor, a relação entre ambas as partes é similar a um “jogo de espelhos”.

Mas se os jornais configuram uma dimensão pública ao sistema político, este, por seu lado, através das suas principais figuras, retribui a atenção emprestando a credibilidade e o prestígio que aqueles também procuram. Neste jogo de espelhos, feito de persuasões e muita negociação, os jornais tentam assegurar a cooperação diária de políticos profissionais. (Figueira, 2007: 68)

Segundo Figueira (2012), foi na segunda metade dos anos 80 que o peso que os jornais detêm começou a fazer-se sentir com mais intensidade.

Contrariando o remanso da ação governativa, emergem no País alguns projetos jornalísticos que vão abalar as fundações antigas em que se assentavam os pressupostos da prática da informação noticiosa. As conferências de imprensa deixam de ser meras liturgias dos oficiais do poder, as notícias deixam de ficar guardadas até sábado para deleite do *Expresso*, os deputados e ministros passam a ser questionados com frontalidade e sem meias-palavras, o Governo descobre, enfim, que a principal oposição e maior dor de cabeça não estava em S. Bento, mas nas bancas dos jornais e nas ondas hertzianas. (Figueira, 2012: 53).

Importa, no entanto, sublinhar as distinções entre ambas as partes, mencionadas por Serrano (2006), quer a nível da legitimidade de cada uma, assim como da função das mesmas.

Uma das distinções mais sensíveis entre políticos e jornalistas reside nas bases de legitimação de cada um dos campos. Enquanto os políticos

retiram a sua legitimidade do sufrágio universal, da autoridade das causas que abraçam, do grau de consenso entre os interesses que articulam e da aceitação, por parte do público, dos processos pelos quais foram escolhidos para representarem esses interesses, os jornalistas, como atrás se refere, obtêm a sua legitimação, principalmente, da fidelidade a códigos e valores profissionais; em segundo lugar, a “função serviço”, cuja centralidade no comportamento dos jornalistas se reflete na exigência de que lhes compete, em primeiro lugar respeitar o direito do público, à informação, não é tida como primeira preocupação dos políticos, vistos, antes, como preocupados, em primeiro lugar, em persuadir o público a aderir a determinadas causas e objetivos políticos e partidários. (Serrano, 2006: 93)

Ainda assim, a autora não deixa de salientar a importância dos meios de comunicação como “um dos principais campos de batalha da mudança política em Portugal.” (Serrano, 2006: 161), ainda que constate, com base numa pesquisa de artigos publicados em jornais de referência, “a existência de uma visão normativa e instrumental do jornalismo, à semelhança do que, (...), acontece noutros países” (Serrano, 2006: 220).

Além disso, hoje é clara a importância dos média enquanto espaço de debate, debate esse que já conferimos acima ser a “essência” da política. Assim, verifica-se a relevância dos espaços jornalísticos enquanto palco para os detentores de cargos políticos.

Nas sociedades contemporâneas é convicção dominante que ‘ser é aparecer’. E «aparecer» significa entrar no espaço público através dos média, em particular da televisão. Quem não «aparece» no universo mediático não é socialmente relevante, não existe do ponto de vista público. (Ribeiro, 2009b: 55).

Ribeiro (2009b: 65) reconhece no jornalismo uma forma de autenticar as mensagens políticas, sendo que “quando a mensagem de um político é transmitida pelos média, a sua autoria é atribuída ao intermediário, o jornalista. Desta forma, a mensagem ganha autenticidade e credibilidade aos olhos de quem a recebe”.

A verdade é que “a partir do momento em que a política começou a ser mediada, os cidadãos passaram a depender dos meios de comunicação para obterem informação sobre o mundo político”, até porque “os meios de comunicação também fazem a mediação entre diferentes atores e instituições que fazem parte da comunicação política num sentido mais amplo” (Figueiras, 2017: 28). Ainda, segundo a autora, “o tipo de

mediação introduzida pela imprensa permitiu ultrapassar as limitações biológicas da visão, da audição e da memória” (Figueiras, 2017: 32).

Também Salgado (2010: 30) vê nos média uma espécie de ponte entre políticos e cidadãos, onde existe “diálogo e interação”, especialmente no que toca à cobertura jornalística de candidaturas e campanhas eleitorais, mas que detêm o seu quê de influência neste processo, pelo que os próprios políticos procuram “adaptar-se à linguagem e à lógica dos média”.

A forma como os jornalistas organizam a cobertura da campanha e escrevem os seus textos contribui também para criar interações importantes na campanha, devido à tentativa constante de estabelecer um confronto, criando um ‘diálogo’ entre os adversários. Isto é visível, por exemplo quando a uns candidatos são pedidos comentários sobre as declarações dos outros ou quando são solicitadas impressões sobre as intenções de voto expressas nas sondagens publicadas, o que obriga os candidatos a posicionarem-se uns em relação aos outros e a comentar as suas estratégias em contraponto às que estão a ser seguidas pelos seus adversários. Deste modo, os jornalistas também podem contribuir para delinear a campanha eleitoral, através da forma como realizam a sua cobertura noticiosa. (Salgado, 2010: 39, 40).

Espírito Santo (2012) considera, no entanto, que esta preocupação dos políticos relativamente à forma como as mensagens devem ser transmitidas resulta numa “política-espetáculo”, com os média como palco, uma vez que “a política procura levar a este palco representações dos seus mais trabalhados argumentos, tendo a selecionar os seus melhores atores para protagonistas e focaliza nas massas os argumentos mais ajustados às suas necessidades” (Espírito Santo, 2012: 135).

Tudo isto porque, segundo Figueiras (2017: 38), “a legitimidade da política democrática dependo do suporte público e, por isso, os políticos têm um grande interesse nos palcos dos média”. Portanto, os políticos procuram estudar a cobertura que os média fazem da política, de forma a conseguirem adaptar-se à mesma, com o verdadeiro intuito de procurar controlar, em certo ponto, aquilo que sobre eles é publicado.

Se, por um lado, os políticos estão muito atentos à cobertura que os jornalistas fazem da atividade política, os políticos também sabem que o acesso aos média é condicional e, por isso, sentem-se sob pressão para encenar eventos. Estes atores consideram que ao aplicarem as regras

dos média vão conseguir controlar um pouco a forma como os meios de comunicação falam sobre eles. Consideram também que quanto mais depressa aprenderem a antecipar as regras dos meios de comunicação, e quanto melhor se submeterem a elas para tentarem influenciar as suas imagens mediatizadas, maior será a probabilidade de terem «boa imprensa». (Figueiras, 2017: 38).

Reconhecendo o jornalismo como independente, importa medir até onde segue essa mesma independência no âmbito do jornalismo político. Serrano (2006), menciona o relacionamento com as fontes, com base em entrevistas a jornalistas, como um dos principais obstáculos a essa independência.

Para uma jornalista com funções de responsabilidade na secção política do seu jornal, um dos ‘maiores obstáculos’ à autonomia profissional é ‘o relacionamento com as fontes’. Em sua opinião, ‘o jornalismo político em Portugal ainda vive muito das fontes anónimas’. ‘Os políticos acham que podem dizer tudo em *off* e o jornalista acaba por não saber se está a obter uma informação viável ou não’. A seu ver, a prática das fontes anónimas funciona como ‘uma forma de pressão sobre os jornalistas’, uma vez que de outro modo não obtém informação. (Serrano, 2006: 240).

Além disso, a autora levanta ainda o problema de as fontes prepararem todas as informações em *dossiers* para os jornalistas que “sem tempo nem meios para investigar, se veem na contingência de publicar a matéria neles contida” (*idem*: 240).

Estes fatores devem ser tidos em consideração pois, consoante salienta Halimi (1998: 3), “a censura é mais eficaz quando não precisa de ser dita, quando os interesses do patrão coincidem, miraculosamente, com os da ‘informação’”. É neste sentido que o autor considera que a informação é um produto, escondido por trás dos códigos deontológicos.

Os ‘códigos de deontologia’ são a outra forma de ocultar a evidência. À primeira vista, a intenção é louvável: não sendo a informação um produto como qualquer outro, os seus fabricantes deveriam mostrar-se particularmente vigilantes. Mas um remédio deste tipo alimenta sobretudo o grande mito da profissão, o do poder dos seus peões. Com efeito, a informação é hoje um produto como qualquer outro, objeto de compra e venda proveitoso ou dispendioso, condenado assim que deixa de ser rentável. A sociedade, dizem-nos a toda a hora, seria organizada

por esse produto; e, como se sabe, é também cada vez mais privatizada e mais mercantil. (Hamili, 1998: 4).

Hamili (1998: 43) recorre ao exemplo da imprensa francesa para evidenciar esta “reverência face ao poder, prudência perante o dinheiro”, explicando que “há todo um conjunto de fatores ideológicos que vem reforçar ainda mais o domínio daqueles que já detêm a autoridade e a riqueza”.

Por outro lado, o autor esclarece que “a desinformação nem sempre é fruto de vontade de manipulação”, atribuindo a este fenómeno outras razões como o plágio entre jornalistas e o recurso a material publicado em outros jornais ou por agências, “por preguiça, por falta de qualificações ou de cultura, por falta de tempo dedicado ao bom exercício da sua profissão” (Hamili, 1998: 43). Por sua vez, Ribeiro (2009b) atribui esse facto ao excesso de informação e à falta de tempo.

A informação é tanta e os recursos humanos tão escassos que o jornalista, quando recebe o seu serviço, não tem tempo para se inteirar convenientemente das matérias que vai noticiar. É por isso natural que realize o seu trabalho jornalístico com base em completíssimos dossiers de imprensa que, para além de *press releases*, comportam outros dados informativos devidamente trabalhados, como discursos, fotos ou gráficos. Mais: se tiver de cobrir outro evento e não tiver tempo para ficar até ao fim, o mesmo jornalista receberá, muito provavelmente, um *press release* de rescaldo no seu e-mail e poderá ser, até, colocado em contacto telefónico com o(s) dirigente(s) político(s) no acontecimento. (Ribeiro, 2009b: 117).

Concluimos, deste modo, que quer os jornalistas, quer os detentores de cargos políticos estabelecem entre si uma relação de interesses, da qual ambos extraem benefícios para o bom desempenho das suas funções e profissão. Percebemos que, se por um lado, os políticos recorrem aos média como espaço de debate, de forma a fazer chegar aos cidadãos as suas mensagens, também os jornalistas necessitam de informação fornecida pela outra parte, de modo a coletar material para as suas produções jornalistas e, assim, cumprir o seu dever de manter a sociedade informada.

No entanto, compreender que os políticos consistem em fontes de informação para os jornalistas, e que os jornalistas precisam das fontes para obter informação, não significa que se tenha conhecimento de todo o processo por detrás dessa relação de interesses. A

mesma, por sua vez, pode revelar-se amplamente complexa, considerando que pode até mesmo levantar questões a nível ético e deontológico para o campo do jornalismo.

3) A relação entre fontes e jornalistas

Encontrar o adjetivo adequado para descrever a relação entre os jornalistas e as fontes de informação não é tarefa fácil. Se por um lado, sabemos que os jornalistas dependem das fontes para obter material noticioso, assim como as fontes precisam dos jornalistas para divulgar as suas ideias, produtos ou ações, a verdade é que desta relação podem surgir diversas questões, que têm vindo a ser debatidas por vários investigadores das ciências da comunicação.

Antes de mais, importa compreender o conceito de fonte de informação. Sendo a fonte o local onde surge a água, compreendemos este conceito como a “origem” de algo. O próprio termo “ir buscar água à fonte” pode ser associado ao jornalismo, sendo que neste o jornalista deve sempre procurar recolher as informações diretamente de fontes que estiveram presentes na origem de determinado acontecimento, como explica Schmitz (2011b: 9), “‘ir à fonte’, sugere dirigir-se a quem pode fornecer informação exata sobre algo ou explicar a origem do fato”. O autor esclarece, ainda, que “a maioria das informações jornalísticas advém de organizações ou personagens que testemunham ou participam de evento e factos de interesse dos média” (Schmitz, 2011b: 99). Assim, compreende-se que estas mesmas fontes também possuam interesse na relação para com os jornalistas.

O interesse das fontes, na parceria com os jornalistas, tem-se tornado evidente ao longo das pesquisas. Segundo Martins & Nunes (2019: 131), as fontes procuram alcançar a visibilidade e atenção dos meios de comunicação, “numa tentativa de angariar apoio para ideias, produtos e serviços, bem como marcar a agenda pública e impor certos temas como foco da atenção coletiva”.

Ribeiro (2006), que apelida as fontes de “promotoras de notícias”, esclarece os objetivos das fontes perante os jornalistas, tendo em conta os benefícios que adquirem nesta relação:

Através da publicitação, as organizações obtêm reconhecimento público e assim geram mais negócios, aumentam os seus recursos, nomeadamente o próprio acesso aos média, legitimam-se e credibilizam-se perante a opinião pública; mobilizam apoios junto de grupos sociais, entre outras vantagens. (Ribeiro, 2006: 39).

Além disso, segundo o autor, os média exercem, atualmente, uma pressão sobre “a qualidade de produtos e serviços de grandes empresas ou sobre a capacidade governativa dos decisores políticos”, assim sendo, existe por parte das fontes um “cuidado redobrado” no que diz respeito às relações com os média, “de forma a não só evitar notícias negativas como a suscitar um discurso mediático adequado aos resultados pretendidos em termos de imagem pública ou corporativa” (Ribeiro, 2009b: 57).

Também Lamy (2010: 2), reforça o intuito das fontes perante os jornalistas, “o objetivo das entidades quando querem chegar aos média é, no fundo, chegar à sociedade, com a finalidade de produzir legitimação necessária e reforço da autoridade”. Com isto percebe-se que ao estabelecerem uma relação com os jornalistas, as fontes contribuem não só para a imagem que sobre elas é construída no espaço público, como, também, conseguem fazer chegar ao público as informações que lhes poderão ser favoráveis.

Compreende-se, assim, a importância das relações-públicas que, segundo Ribeiro (2009b: 66), “são um esforço planeado e sustentado para estabelecer e manter um bom relacionamento entre a organização e os seus públicos”. O autor enumera algumas das atividades pressupostas pelas relações-públicas como, por exemplo, a elaboração e envio de *press releases*, o agendamento de conferências de imprensa, *briefings*, reuniões, eventos, etc. Atividades estas que permitem também aos jornalistas beneficiar de um acesso mais fácil às informações.

Relativamente aos jornalistas, muitas das vezes são as próprias fontes que lhes remetem os dados. Além disso, tendo em conta a rotina dos jornalistas que, sobretudo nas redações onde trabalham poucos profissionais, prende-se pela falta de tempo, as fontes procuram facultar este material já trabalhado.

O saber do jornalismo também é construído pela fonte, embora não se preste a devida atenção à sua relação com os média. As notícias resultam de processos complexos da interação, mas há limites na sua produção, por isso, cada vez mais as fontes fornecem conteúdos prontos para uso. (Schmitz, 2011b: 11).

Assim sendo, Almeida (2010), utiliza o termo “casamento por conveniência”, para caraterizar a relação entre os profissionais do jornalismo e as suas fontes, na qual ambos possuem interesses um sobre o outro.

“À primeira vista, pode parecer que os interesses são bastantes distintos: um ‘casamento’ que só sobrevive porque um precisa do outro para alcançar os seus objetivos. Apelando a uma visão de certo modo reducionista, seria possível concluir que os primeiros procuram dar visibilidade às ações e estratégias de instituições particulares, entidades públicas e personalidade políticas, enquanto os últimos desejam divulgar os fatos que acreditam ser de interesse público, lastreados em sua cultura profissional e nos chamados valores-notícia” (Almeida, 2010: 36).

No entanto, a autora acrescenta que os interesses de ambas as partes convergem “na valorização de acontecimentos” (Almeida, 2010: 36), explicando que as fontes ao quererem ver publicados os seus atos e ideias, procuram cada vez mais se ajustar aos interesses dos jornalistas, que por sua vez, “respiram aliviados ao terminarem o trabalho a tempo do fechamento” (Almeida, 2010: 38). Mas o jornalista não se deve deixar ficar pela informação que lhe chega, é importante que a trabalhe.

“Quando recebe a informação da fonte, o jornalista não precisa (e não deve) ter um papel passivo. Ele possui a capacidade de selecionar o que divulgar, contextualizar as informações recebidas, enquadrá-las de forma que atendam ao interesse público e dar o destaque que considera cabível.” (Almeida, 2010: 39)

Neste sentido, Schmitz (2011b: 14) considera que o jornalista desempenha um papel de “selecionador”, uma vez que após receber a informação por parte das fontes, “considera se o facto é notícia ou não, ou seja, se interessa ou não ao público e vê as fontes como colaboradoras da produção jornalística”. Assim sendo, existe, também, por parte do jornalista, uma seleção das próprias fontes, “a melhor fonte de informação não é a que sabe tudo, mas a que conta o que sabe...a que tem jeito de jornalista. Sabe observar, valoriza o detalhe e guarda tudo na memória” (Noblat *apud* Schmitz, 2011: 17).

Este fenómeno levou a que as fontes procurassem cada vez profissionalizar-se enquanto tal, daí o surgimento da assessoria de imprensa, consoante explica o autor acima citado, “o mundo moderno obriga o jornalista a produzir notícias que não presencia nem entente. Isto provocou a difusão da assessoria de imprensa, que articula as informações entre a fonte e o jornalista” (Schmitz, 2011b: 9).

Segundo Chaparro (2002), o interesse das organizações enquanto fontes de informação obriga-as a criar estratégias para chegar aos média.

As fontes deixaram de ser pessoas que detinham ou retinham informações. Passaram a ser instituições produtoras ostensivas dos conteúdos da atualidade, fatos, falas, saberes, produtos e serviços com atributos de notícia. Pensam, agem e dizem pelo que noticiam, exercitando aptidões que lhes garantem espaço próprio nos processos jornalísticos, nos quais agem como agentes geradores de notícias, reportagens, entrevistas e até artigos. (Chaparro, 2002: 49).

Ou seja, as fontes “capacitaram-se profissionalmente, apropriando-se das habilidades e técnicas do jornalismo. E usam essas habilidades em estratégias e táticas propagandísticas, tirando proveito da credibilidade da linguagem jornalística” (Chaparro, 2002: 49).

Pinto (2000: 284) revela que essa ação estratégica está assente em dois eixos: “por um lado a conquista do acesso aos média, e não apenas da cobertura dos média; por outro lado, o esforço de gerir com o máximo cuidado as tentativas dos jornalistas de aceder às áreas de bastidores das instituições a que estão ligados”. Ou seja, as fontes não só devem conseguir alcançar os média, como também devem procurar manter um contacto regular e adequado com os mesmos.

É neste sentido que Pinto diz ter-se vindo a verificar cada vez mais a procura das organizações em posicionarem-se, estrategicamente, na órbita dos média como fontes privilegiadas, através de assessoria e gabinetes de imprensa, conselheiros de imagem e porta-voz.

3.1) Fontes oficiais: políticos como fontes de informação

Entende-se por fonte oficial “alguém em função ou cargo público que se pronuncia por órgãos mantidos pelo Estado e preservam os poderes constituídos, bem como organizações agregadas (juntas comerciais, cartórios de ofício, companhias públicas, etc)”, assim sendo, estas fontes “são as preferidas dos média, pois emitem informações aos cidadãos e tratam essencialmente do interesse público” (Schmitz, 2011a: 9).

Deste modo, os jornalistas privilegiam as fontes oficiais, por considerarem que estas fornecem informações mais corretas e atempadamente.

Os jornalistas selecionam as suas fontes pela conveniência e confiabilidade, aqueles que mantêm uma relação estável, são acessíveis e articuladas, disponibilizam declarações ou dados de forma eficaz, isto é, a informação certa e verdadeira na hora esperada ou rapidamente. (Gans *apud* Schmitz, 2011a: 18)

Devido à imagem que as fontes oficiais, nomeadamente os políticos, procuram transmitir ao público, acredita-se que estas evitem transmitir informações incorretas ou enganosas, além de possuírem uma maior facilidade de persuasão. Por este motivo os jornalistas tendem a recorrer a estas fontes.

Assim sendo, Lomba (2009: 22), citando Santos, explica que “o princípio de autoridade da fonte está relacionado com os conhecimentos específicos que ela possui, já que a autoridade significa especialidade numa matéria”, logo, quanto mais autoridade uma fonte tiver, mais probabilidade terá de ser noticiada, como afirma, também, Almeida.

A autoridade da fonte está intimamente ligada à posição que ela ocupa na sociedade; quanto maior o prestígio, maior a confiança recebida. Daí a preferência dos jornalistas pelas chamadas fontes oficiais ou institucionais. Muitas vezes o jornalista utiliza a fonte mais pelo que ela é do que pelo que sabe. Acredita-se que as fontes oficiais tenham mais receio de mentir abertamente e que também sejam mais persuasivas, já que representam ações e opiniões oficiais. (Almeida, 2010: 33)

Também Lamy (2010: 4) explica que por “[conhecerem] o funcionamento interno da organização jornalística e a melhor forma para transformarem os seus acontecimentos em notícia”, os grupos que possuem “uma máquina forte de relações públicas”, são os que têm mais probabilidade de ser noticiados.

Tal acontece, por exemplo, nos municípios. Martins & Nunes (2019: 133) consideram que a comunicação municipal “surge como reação à existência de novos meios de comunicação locais”, na tentativa de resguardar a sua imagem. Além deste fator, é importante que este tipo de comunicação tenha em mente a população que pretende atingir.

Apesar de boa parte da comunicação municipal ser realizada com o propósito de beneficiar a curto ou médio prazo a equipa autárquica, não deve ignorar-se que a sua esfera de atuação terá necessariamente de ir ao encontro das necessidades e dos desejos das populações locais. (Camilo *apud* Martins & Nunes, 2019: 134).

Portanto, a comunicação municipal deverá ser pensada tendo em conta o efeito que irá repercutir, não só nos meios de comunicação, como no público a quem as mensagens serão transmitidas.

Todo este processo deve ser pensado consoante o meio de comunicação em questão, quer sejam jornais ou revistas impressas, quer sejam programas de rádio ou de televisão. Assim, segundo Sant'Anna (2006), as ferramentas utilizadas devem ser formatadas para esse mesmo meio, através de, por exemplo, *press releases*, também conhecidos como notas de imprensa, impressos ou eletrónicos, *rádio releases* e *tele releases*.

É, ainda, importante ter em conta que por trás da comunicação feita pelas organizações, existem, também, propósitos comerciais ou políticos, daí os jornalistas procederem - ou deverem proceder - ao tratamento das informações que lhes chegam por parte dos assessores.

É plausível, portanto, colocar em dúvida os reais objetivos da informação difundida pelos Média das Fontes¹⁵, entretanto, não podemos negar a existência de influências externas e internas de carácter ideológico, comercial e/ou pessoal também no conteúdo informativo difundido pela indústria da informação. (Sant'Anna, 2006: 8)

No entanto, desta relação entre fontes oficiais e jornalistas podem surgir conflitos, tendo em consideração que o que as fontes querem ver publicado pode não corresponder ao que os jornalistas escrevem, “lidar com as fontes altera a dinâmica de criação das histórias, particularmente se essas fontes forem cooperativas e acessíveis - ou se puderem, mais tarde, vedar o acesso, caso suspeitem de tratamento injusto” (Cook, 2011: 214).

Além disso, os jornalistas ao se prenderem, muitas vezes, àquilo que as fontes lhes transmitem, ao redigir apenas sobre aquilo que é dito, ou sobre acontecimentos passados ou de agenda, podem comprometer a qualidade do trabalho jornalístico pela falta de investigação,

Quando da cobertura de assuntos políticos, o jornalismo diário, ao optar pela prevalência de matérias incidentais, relativas a acontecimentos editorialmente descontextualizados, consolida atitude que descarta uma visão ampla e aprofundada da realidade. O jornal fica preso aos fatos

¹⁵ Sant'Anna utiliza o termo “Média das Fontes” para descrever a comunicação organizacional.

políticos acontecidos, ao dito, ao declarado, quando poderia buscar, pela ação investigativa, um aprofundamento crítico e desvelador de quadro, uma vez que em política é larga a teia de interacontecimentos. (Barreto, 2006: 15).

Chaparro (2002: 50), salienta o “confronto de perspectivas” como um dos conflitos recorrentes das relações entre instituições e imprensa, uma vez que “de um lado estão os jornalistas e o seu obrigatório vínculo ao interesse público; do outro, as instituições, em ações determinadas pela prioridade do interesse particular”.

Assim sendo, “não deve o jornalismo deixar-se envolver, sob risco de comprometer a própria confiabilidade, que à sociedade interessa preservar”, isto porque “a sociedade espera, da atuação jornalística, comportamentos e critérios valorativos vinculados às razões do interesse público” (Chaparro, 2002: 50).

Além disso, Schudson (2002), aponta como uma das principais críticas aos média, o facto de ao recorrerem regularmente a fontes oficiais, não cumprirem o seu papel democrático.

The finding that official sources dominate the news is often presented as a criticism of the media. If the media were to fulfil their democratic role, they would offer citizens a wide variety of opinions and perspectives, not just the narrow spectrum represented by those who have attained political power. (Schudson, 2002: 258)

Entende-se, portanto, que apesar de ser vantajoso para ambos jornalistas e fontes oficiais, manter uma relação entre ambos, a verdade é que essa relação pode gerar alguns conflitos, que devem ser pensados e trabalhados por ambas as partes.

3.2) Proximidade versus objetividade

Tendo em conta que o jornalismo local e regional é marcado pela proximidade¹⁶, importa procurar perceber como esse fenómeno interfere na relação entre fontes e jornalistas. O jornalismo regional, por estar mais perto da realidade do cidadão, representa um laço de proximidade para com a sociedade, uma vez que lhe remete informações de uma determinada área, com mais especificidade do que aquela que é oferecida pelos jornais nacionais, além de “dar mais voz” aos próprios cidadãos.

Por estar próximo do cidadão, torna-se um meio facilitador de cidadania, uma vez que, ao tratar de temas diretamente relacionados com o público, permite que a população participe do desenvolvimento local: reclamar dos direitos políticos e administrativos, fiscalizando o poder público. (Ribeiro, 2005: 48)

Além da proximidade para com o cidadão, existe também, no jornalismo regional, uma maior proximidade com as fontes de informação, o que do ponto de vista deontológico levanta alguns problemas. Sendo que a proximidade é tida como um valor-notícia no campo do jornalismo regional, em termos éticos e deontológicos o mesmo não acontece, uma vez que é imperativa a prática da objetividade, que poderá ser “corrompida” pela proximidade.

Segundo Serrano (2006), no jornalismo regional, o jornalista é “prisioneiro” das fontes de informação.

Se, mesmo nas democracias desenvolvidas, o jornalista que trabalha em órgãos de informação locais é prisioneiro das suas fontes de informação devido às relações de proximidade que estabelece com elas, em países onde se verificavam os índices de atraso que caracterizavam o interior do País, e sem liberdade de imprensa, a situação era ainda mais grave. De facto, a pressão que se exerce sobre o jornalista local é mais subtil e, portanto, mais difícil de combater. Relaciona-se com os laços que se estabelecem normalmente num meio pequeno onde toda a gente se conhece. (Serrano, 2006: 138)

¹⁶ Camponez explica que a proximidade no jornalismo local e regional pode ser entendida como um valor notícia, orientador dos critérios noticiosos do jornalista, sendo determinante no interesse do público pelas notícias. (Camponez, 2012: 35).

É importante referir que a proximidade que este jornalismo implica tem consequências diretas naquilo que é publicado, uma vez que a ligação com as fontes e as chamadas “figuras públicas” locais, como autarcas e os próprios governos regionais, por exemplo, poderá ter uma implicação direta na seleção da informação que é, depois, redigida.

Não é de estranhar, pois, que seja mais frequente ver-se a reflexão acerca das dificuldades de aplicação da deontologia jornalística aos contextos de proximidade, do que no levantamento e identificação de princípios e práticas específicas, resultantes do exercício de um jornalismo regional e local. (Camponez, 2012: 36)

A par das questões levantadas a nível ético e deontológico surgem problemas ligados às fontes de informação, que no jornalismo local e regional são, maioritariamente, elites políticas, sociais e económicas. Muitas das vezes estas fontes elitistas exercem pressões no jornalista, que podem ir desde “riscos das sanções económicas políticas” ao “problema do envolvimento dos jornalistas em causas locais e regionais capazes de porem em causa a sua integridade e independência profissional” (Camponez: 2012: 38).

É, portanto, impossível que esta relação não tenha implicações no que é publicado, até porque, também, são estes mesmos agentes locais que fazem publicidade nos jornais locais. Sim, porque apesar de se designarem independentes de qualquer tipo de poder, acabam por estar dependentes dessa mesma publicidade.

4) Jornalismo regional: uma alternativa aos média nacionais

A imprensa regional consiste na comunicação dos acontecimentos que ocorrem na sua área de atuação, de forma a manter a comunidade ali residente informada, ou seja, “a imprensa local e regional tem – ou deve ter – como objetivo primeiro a recolha, tratamento e divulgação de factos noticiosos que ocorrem na sua área de implementação, seja ele concelhia, distrital ou regional” (Ferreira, 2005: 156).

Considera-se imprensa regional:

(...) todas as publicações periódicas de informação geral, conformes à Lei de Imprensa, que se destinem predominantemente às respetivas comunidades regionais e locais, dediquem, de forma regular, mais de metade da sua superfície redatorial a factos ou assuntos de ordem cultural, social, religiosa, económica e política a elas respeitantes que não sejam dependentes, diretamente ou por interposta pessoa, de qualquer poder político, inclusive o autárquico.¹⁷

Compete à imprensa regional, segundo consta no Artigo 2.º do Estatuto da Imprensa Regional, “promover a informação respeitante às diversas regiões”; “contribuir para o desenvolvimento da cultura e identidade regional através do conhecimento e compreensão social, político e económico das regiões e localidades”; “assegurar às comunidades regionais e locais o fácil acesso à informação”; “contribuir para o enriquecimento cultural e informativo das comunidades regionais e locais, bem como a ocupação dos seus tempos livres”; “proporcionar aos emigrantes portugueses informação geral sobre as suas comunidades de origem”; “favorecer uma visão da problemática regional, integrada no todo nacional e internacional”, compete, portanto, “desenvolver um trabalho com verdadeira utilidade à região” (Brinca, 2012: 32). Trata-se, assim, de “permitir uma identidade aos indivíduos e às culturas na sociedade de massa, seguindo o princípio de que não faz sentido pensar as comunidades locais sem comunicação e informação local”. (Camponez *apud* Ferreira, 2005: 161).

Sousa (2002: 5) explica que “a comunicação social local e regional cumpre, antes de mais, as funções clássicas da comunicação social: informar, formar, entreter, etc”, mas, segundo o autor, esta trata-se de “um espaço convivial e de convivências”, marcada pela

¹⁷ Artigo 1.º do Estatuto da Imprensa Regional.

sua “função informativa e utilitária, na medida em que a comunicação social regional e local é ou deve ser, em primeiro lugar, um útil veículo de informação” (Sousa, 2002: 5). Além da função informativa, Sousa (2002: 5) considera que a comunicação local e regional desempenha também uma função de produção simbólica comunitária, “este papel é o que mais contribui para a integração, socialização e aculturação dos membros da comunidade”.

A imprensa local e regional baseia-se num jornalismo de proximidade, com ligação ao território, à cultura, à economia e às demais características da sociedade em que está englobado.

A comunicação social, regional e local estabelece-se numa comunidade, local, rural ou urbana, porque se desenvolve entre pessoas em interação próxima, aglutinadas em grupos familiares, que partilham valores, modos de vida, interesses e línguas comuns, ou seja, partilham uma cultura comum, e têm raízes na mesma terra. (Sousa, 2002: 4).

Este tipo de jornalismo pode ser visto como uma alternativa discursiva aos média nacionais (*vid.* Correia, 2012: 9), tendo em conta que permite à comunidade acompanhar com mais detalhe e enquadramento aquilo que acontece na sua terra, ou seja, “o local não é indiferente ao global, mas consegue fazer uma triagem do que interessa, única maneira de construir uma sociedade local/global sem espezinhar as identidades” (Ferreira, 2005: 161). Define-se, assim, “pela sua forte territorialização, a territorialização dos seus públicos, a proximidade face aos agentes e às instituições sociais que dominam esse espaço, o conhecimento dos seus leitores e das temáticas correntes na opinião pública local” (Camponez, 2002 *apud* Jerónimo, 2010: 167), sendo, portanto, uma forma de ligação entre a população, é, por isso, importante para esta mesma comunidade, “a leitura de um jornal regional/local é importante para nos devolver o ‘sentimento de comunidade’. Não poderemos nunca fazer parte da vida social sem estarmos a par da atualidade” (Mathien *apud* Ferreira, 2005: 161).

4.1) A proximidade enquanto valor notícia

Tendo em conta que o jornalismo no espaço local procura tornar a comunidade mais participativa, este apresenta como vantagem a valorização da proximidade. Entende-se por comunidade o conjunto de “pessoas em interação próxima, aglutinadas em grupos familiares, que partilham valores, modos de vida, interesses e língua comuns, ou seja, partilham uma cultura comum, e têm raízes na mesma terra” (Sousa, 2002: 4). Camponez (2012: 35) entende que “o conceito de proximidade é, a nosso ver, um dos mais complexos utilizados no campo jornalístico”. No entanto, este conceito é sobretudo entendido como um valor-notícia.

A proximidade é entendida com frequência, no jornalismo, numa dimensão essencialmente estratégica, quer seja como valor notícia orientador dos critérios noticiosos do jornalista, quer ainda como um produto comercial. Como elemento caraterizante do que é notícia, a proximidade é vista como um dos valores centrais do jornalismo, determinante do interesse do público pelas notícias. (Camponez, 2012: 35).

É importante perceber que a proximidade, no jornalismo, não pode ser pensada apenas do ponto de vista físico e geográfico, devemos entender que, segundo o autor, esta engloba também as dimensões temporais, psico-afetivas, socioprofissionais e socioculturais (Camponez, 2012), sendo, portanto, uma proximidade física e mental (Sousa, 2002).

A dimensão física e geográfica da proximidade no jornalismo reflete-se numa “lógica de criação de interesses e de fragmentação de públicos” (Camponez, 2012: 35), ligados através do território em que habitam, trabalham ou convivem, por outras palavras, “a comunicação social regional e local tem sempre por referente um território, um espaço físico, uma área geográfica” (Sousa, 2002: 4). Já no que diz respeito à dimensão temporal, esta “determina a própria noção de atualidade”. Na perspetiva psico-afetiva, a proximidade permite que sejam criados conteúdos através do apelo às emoções da comunidade, conteúdos descritos por Camponez (2012: 36) como “mais ou menos intimistas” e “mais ou menos psicologizante”.

Areal (1997, *apud* Camponez, 2012) acredita que este jornalismo de proximidade é o mais humano, devido aos laços que existem entre jornalistas e comunidade:

Nesses média dirigidos a públicos muito concretos, normalmente reduzidos, com nomes e apelidos, é onde o jornalismo é mais humano e mais verdadeiramente social, ao pôr em contato e ao relacionar os que informam ou opinam, escrevem editoriais e dão conselhos, com um público que não é apenas recetor, mas é também enormemente ativo, que por sua vez informa, recrimina, aceita, valora, aplaude ou censura de forma eficaz. (Areal, 1997 *apud* Camponez, 2012: 39).

Neste sentido Areal crê que a comunicação social local e regional, por ser de proximidade, é mais pluralista que a generalista, sendo que tem “a oportunidade de representar mais diretamente a sociedade, tanto as minorias como as maiorias, todos os grupos ou entidades sociais que não têm acesso a outros espaços comunicacionais” (Areal, 1997 *apud* Camponez, 2012: 40).

Compreende-se, portanto, que a proximidade entre jornalistas e comunidade confere uma certa humanização ao jornalismo, por dar voz não só às maiorias, como também às minorias.

4.2) A influência do poder político na imprensa regional

Como já havia sido referido, a proximidade pressuposta pelo jornalismo regional e local pode ter implicações diretas naquilo que é publicado. Recordemos que esta proximidade não se dá apenas entre os jornalistas e a comunidade, como também a mesma acaba por se estabelecer entre os mesmos e as fontes oficiais.

Impõe-se reconhecer que o jornalismo de proximidade surge intimamente ligado a questões epistemológicas e éticas, que não é possível iludir, relacionadas, nomeadamente, com o estatuto da verdade e da objetividade no jornalismo, com a importância da proximidade como uma forma diferente de olhar o mundo, ou com a função social das notícias (Camponez, 2012: 43).

É, portanto, impossível que esta relação não tenha implicações no que é publicado, até porque, também, são estes mesmos agentes locais que fazem publicidade nos jornais locais. Publicidade essa que “sustenta”, em muitos dos casos, o próprio jornal. Neste sentido, Carvalheiro (1996) explica que “os detentores das empresas de comunicação têm, em primeiro lugar, um objetivo comercial – nem que seja o da simples sobrevivência – e

só quando este está assegurado se podem dar ao luxo de afrontar aqueles de quem dependem”.

Camponez (2012: 45) considera que “uma ética do jornalismo de proximidade implica uma reflexão sobre as suas incidências”, nomeadamente no que diz respeito ao direito dos cidadãos à verdade; as implicações da proximidade na objetividade; as possibilidades e limites do envolvimento dos cidadãos; o respeito da vida privada e da vida pública; a garantia de uma informação plural e diversificada.

Por sua vez, Peruzzo (2005) acredita que a proximidade para com os órgãos políticos locais acabe por comprometer a informação de qualidade.

Os laços políticos locais tendem a ser fortes e a comprometer a informação de qualidade. É comum a existência de tratamento tendencioso da informação e até a omissão de fatos, em decorrência de ligações políticas com os detentores do poder local e dos interesses económicos de donos da média. (Peruzzo, 2005: 78).

Segundo a autora, este facto deve-se, sobretudo “à concessão de primazia às fontes oficiais, à importância dada ao ‘jornalismo declaratório’, ao aproveitamento intencional e acrítico de *releases* e à ligação política e político-partidária” (Peruzzo, 2005: 80).

No entanto, a mesma relembra que “a média de proximidade caracteriza-se por vínculos de pertença, enraizados na vivência e refletidos num compromisso com o lugar e com a informação de qualidade e não apenas com as forças políticas e económicas no exercício do poder” (Peruzzo, 2005: 81).

Portanto, sabendo, assim, que a chamada “informação de qualidade”, produzida pela imprensa local e regional, é muitas vezes posta em causa pelos laços políticos que se desenrolam com a inevitabilidade da proximidade neste tipo de jornalismo, é importante que não esqueçamos o dever do jornalismo, de salvaguardar o direito à informação aos cidadãos, procurando combater as adversidades à imparcialidade e objetividade.

5) Metodologia

Considerando que o principal objetivo desta dissertação consiste em demonstrar de que forma é que o poder político é tratado nas páginas de dois jornais regionais, da Região Autónoma da Madeira, serão, para isso, analisadas peças jornalísticas de ambos os meios de comunicação, ou seja, será feita uma análise de conteúdo dos média.

Analisar os média é um exercício teórico-empírico que tem como objetivo desenvolver uma consciência cívica, profissional, assim como competências de explicitação de conteúdos, com vista a fomentar um pensamento crítico e processos alternativos de produção e abordagem de conteúdos. (Cunha & Peixinho, 2020: 9).

Segundo Cunha & Peixinho (2020: 10), os objetivos da Análise dos Média consistem em “aferir o respeito pela dignidade humana”; “promover a democracia e os direitos dos cidadãos nos média e pelos média”; “contribuir para a qualidade dos conteúdos dos produtos mediáticos e para o crescimento de produtores e criativos”.

As autoras explicam que as bibliotecas e os bancos de dados *online*, que disponibilizam um gigantesco acervo de conteúdo passível de observação, que os investigadores da área dos média devem incluir nas suas pesquisas. Além disso, os resultados devem ser suscetíveis a ser comprovados, avaliados ou refutados.

Embora a seleção dos objetos de análise, das metodologias e modelos sejam escolhas do observador/analista, o percurso de observação deve ser universal e declarado, permitindo que os resultados da análise possam ser comprovados, avaliados ou refutados por todos os analistas. (Cunha & Peixinho, 2020: 11).

Assim sendo, com o intuito de colocar em prática os conhecimentos adquiridos na primeira parte da dissertação, foi adotada nesta investigação a metodologia de análise de conteúdo. Esta metodologia, amplamente utilizada em investigações da área das ciências sociais, consiste, no presente estudo, na recolha e tratamento de dados obtidos através da análise de notícias. Bardin (1977), define esta metodologia como:

Um conjunto de técnicas de análise de comunicação visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destas mensagens. (Bardin, 1977: 42)

Aos olhos da autora acima citada, “não se trata de um instrumento, mas de um leque de apetrechos”, ou até mesmo, “único instrumento, mas marcado por uma grande disparidade de forma e adaptável a um campo de aplicação muito vasto: as comunicações” (Bardin, 1977: 31).

Pertencem, pois, ao domínio da análise de conteúdo, todas as iniciativas que, a partir de um conjunto de técnicas parciais, mas complementares, consistam na explicitação e sistematização do conteúdo das mensagens e da expressão deste conteúdo, com o contributo de índices passíveis ou não de quantificação, a partir de um conjunto de técnicas, que embora parciais, são complementares. Esta abordagem tem por finalidade efetuar deduções lógicas e justificadas, referentes à origem das mensagens tomadas em consideração (o emissor e o seu contexto, ou, eventualmente os efeitos dessas mensagens). (Bardin, 1977: 42).

Bardin enumera três fases que devem ser seguidas aquando de uma análise de conteúdo, sendo elas a pré-análise, a exploração do material, o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação.

Respeitando as três fases de AC estabelecidas por Bardin e tendo em conta a realidade atual que vivemos, na primeira fase (da pré-análise), dividimos o estudo em duas fases: pré-pandemia e durante a pandemia. Em cada uma das fases foram analisadas as peças publicadas nos meses de novembro e dezembro de 2019 e 2020, e de janeiro e fevereiro de 2020 e 2021, respetivamente. Com isto o nosso intuito foi procurar compreender de que forma a pandemia se manifestou nas notícias de ordem política, com a diferença de um ano.

Na segunda fase (da exploração do material) procedemos à análise de conteúdo de índole quantitativa e qualitativa, recorrendo à caracterização e análise de peças noticiosas publicadas em dois jornais de cariz regional portugueses: *Jornal da Madeira* e *Diário de Notícias da Madeira*.

Fundado a 1 de maio de 1932, o *Jornal da Madeira* é um diário matutino, sediado no Funchal, originalmente de expressão religiosa, assume-se, atualmente, como independente de poderes políticos, económicos e ideológicos. É administrado por José Luís de Sousa e António Abreu e tem como diretor Agostinho Silva. Por sua vez, o *Diário de Notícias da Madeira* foi fundado a 11 de outubro de 1876, é o jornal regional português com maior expansão. Este jornal centenário tem o seu capital dividido entre a *Newspar* –

Multimédia, a Verbum Media – Comunicação, a Blandy SGPS e a Global Notícias – Media Group e é dirigido por Ricardo Miguel Oliveira.

Estabelecemos, como ponto de partida para este estudo, as seguintes perguntas:

P1: De que forma procederam os jornais da Região Autónoma da Madeira ao tratamento das notícias políticas?

P2: Quais as questões mais abordadas pelas entidades políticas?

P3: Quais as principais diferenças entre as publicações antes e durante a Covid19?

Foram seleccionadas todas as peças de cariz político, encontradas, no caso do *Jornal*, nas secções “Região”, “Nacional” e “Mundo”, e no caso do *Diário*, nas secções “Política”, “Região” e “Factos”.

De forma a definir os parâmetros a ser estudados, elaboramos uma grelha de análise, estruturada da seguinte forma:

- **“Temáticas”**¹⁸ - questões abordadas pelas entidades políticas: “Saúde”; “Turismo”; “Economia”, “Educação”, “Sociedade”, “Questões climáticas”, “Oposição Política”, “Eleições”, “Eventos” e “Outras”.
- **“Partidos Políticos”** - contagem do número de peças em que cada partido foi mencionado;
- **“Relevância”** - parâmetro no qual observamos o número de peças políticas presentes nas primeiras páginas das 478 edições analisadas, divididas entre “Manchete”, “Segunda Manchete” e “Chamada de Primeira Página”;
- **“Tamanho”** - número de parágrafos de cada peça analisada (“Breve”, “Dois a Quatro Parágrafos”, “Mais de Cinco Parágrafos” ou “Outro”);
- **“Valor Notícia”** - valor atribuído a cada peça de forma a conferir-lhe interesse público, seleccionamos “Atualidade”, “Predominância da Personalidade”, “Continuidade”, “Proximidade”, “Relevância”, “Efeméride” e “Outro”;
- **“Género”** – “Reportagem”, “Notícia”, “Entrevista”, “Perfil” e “Outro”;
- **“Espaço de Ação”** - local onde decorreram os acontecimentos noticiados (“Regional”, “Nacional”, “Internacional”, “Sem Referência” e “Outro”);

¹⁸ Temáticas que foram abordadas em eventos e discussões de foro político.

- **“Assinatura”** - existência ou não de assinatura, além da informação proveniente de agências noticiosas;
- **“Fontes de Informação”** - observação de quem forneceu a informação relatada (“Governo”, “ONG’s”, “Documentais”, “Sociedade Civil”, “Empresas e Organizações”, “Entidades Políticas”, “Especialistas” ou “Outros”);
- **“Imagem”** – existência ou não de imagens a acompanhar as peças e a origem das mesmas (de acontecimentos ou de arquivo);
- **“Título”** - recorreremos aos tipos de títulos mencionados por Estrela Serrano (2006), de forma a observar quais os tipos de títulos mais recorrentes, entre “Título Informativo Indicativo”, “Título Informativo Explicativo”, “Título Expressivo Apelativo”, “Título Expressivo Formal ou Lúdico”, “Título Expressivo Interrogativo”, “Título Categorical”, “Título Declarativo” ou “Outro”.

Por fim, na fase do tratamento dos dados, analisamos 877 notícias na primeira fase do *Jornal da Madeira*, e 895, na segunda fase, 848 na primeira fase do *Diário de Notícias da Madeira*, e 951, na segunda fase, ou seja, 1772 peças do *Jornal* e 1799 do *Diário*, totalizando 3571 peças, de 478¹⁹ jornais.

¹⁹ Ambos os periódicos não publicam no dia 26 de dezembro.

6) Resultados

6.1) *Jornal da Madeira*

6.1.1) Temática

6.1.1.1) 1.ª Fase

Temática

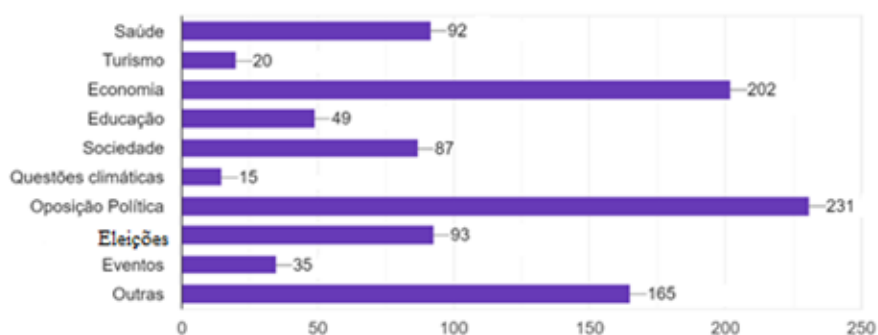


Gráfico 1 - Temática - 1.ª Fase Jornal da Madeira

Na primeira fase de análise do *Jornal da Madeira*, verificamos que a “Oposição Política” foi a questão de carácter político mais abordada, em 231 peças (20,34%). Por “Oposição Política”, entende-se o levantamento de críticas a partidos e entidades políticas, por parte de membros da oposição partidária, tal como debates nos quais está patente a rivalidade política, assim como, também, trocas de acusações. Em várias das peças analisadas, cuja “Oposição Política” estava presente, foi possível observar, que esta era recorrente entre partidos de esquerda e partidos de direita, destacando-se, neste caso, a oposição PS/PSD, como é possível perceber nos seguintes títulos: “PSD lamenta posição do PS”; “PS ‘lamenta’ sentido de voto do PSD”; “PSD deixou o PS a falar sozinho”; “Calado culpa promessas do PS pela rescisão de contrato”; “PSD acusa PS de ter ‘a matriz do medo’”.

Ainda que a oposição esquerda/direita tenha tido o seu destaque, não podemos deixar de salientar, também, a oposição contra o Governo²⁰ e as suas ações, tendo como exemplo os títulos: “PS lança críticas ao Governo”; “‘O maior governo’ fez um ‘mau’ orçamento”; “CDU acusa o GR de ‘aprofundar o neoliberalismo’”; “Programa de Governo criticado”; “Deputados do PS criticam António Costa”; “PSD contra atitude de Maduro”. O mesmo acontece com as Câmaras Municipais, também elas alvo de críticas, sobretudo a do Funchal – “CDS protesta contra Câmara do Funchal”; “PSD acusa executivo de fazer vigarices”; “CDU critica Governo e Câmara na Zona Velha da cidade”.

À questão da “Oposição Política”, segue-se, como segunda temática política mais abordada, a “Economia”, surgindo em 202 peças (23,03%). Sendo a “Economia”, não só da região como também do país, e por vezes da Europa e até do mundo, um fator de vasto relevo para as entidades partidárias, era de facto esperado que este fosse um tema amplamente mencionado nas notícias de carácter político, até porque, como é do conhecimento comum, temas económicos são frequentemente debatidos entre políticos. Dentro desta questão, foi possível observar que os grandes fomentadores de debate foram, sem dúvida, orçamentos. Orçamentos estes que abrangeram não só o ORAM (Orçamento da Região Autónoma da Madeira)²¹, como também o Orçamento de Estado²², o Orçamento Participativo (OPRAM)²³ e, até mesmo, o Orçamento de câmaras municipais²⁴.

²⁰ Regional, Nacional e Internacional.

²¹ Exemplos: “PSD garante que a Saúde está reforçada no ORAM 2020”; “Voto contra a proposta de Orçamento Regional”.

²² Exemplos: “Albuquerque admite viabilizar OE”; “Este é um péssimo Orçamento de Estado”; “Péssimo orçamento aprovado na generalidade”.

²³ O OPRAM “é um processo democrático deliberativo através do qual os cidadãos decidem sobre investimentos públicos em diferentes áreas de governação” (site OPRAM, 2021). Exemplos: “Mais de 5 mil votos no Orçamento Participativo”; “Calado critica mau aproveitamento do Orçamento Participativo”.

²⁴ Exemplo: “CDS contra o Orçamento da CMF”.

Além das questões relacionadas aos orçamentos, outras questões de foro económico foram mencionadas nas peças analisadas, tais como o salário mínimo²⁵, verbas, subsídios e financiamentos²⁶, dívidas²⁷ e impostos²⁸.

A terceira questão mais abordada, em 93 notícias (10,60%), corresponde a “Eleições”. Nesta questão política estão englobadas desde as Eleições Autárquicas de 2021²⁹ às eleições interpartidárias³⁰, assim como estratégias políticas dos partidos relativamente à campanha eleitoral. Aqui compreendem-se não só as peças que contêm as estratégias dos candidatos como também as peças em que se verifica apoio aos mesmos e, até mesmo, propaganda política indireta. É, ainda, de mencionar o facto de terem sido encontradas também peças relativas a eleições de outros países³¹.

A “Saúde” foi, nesta primeira fase analisada, a quarta questão mais debatida, num total de 92 vezes (10,49%). Dentro do tema “Saúde”, foram referidos diversos aspetos, nomeadamente ligados ao Serviço Regional de Saúde³². As estratégias e propostas políticas para a área da Saúde³³, o papel dos profissionais de saúde³⁴ e até mesmo dos

²⁵ Exemplos: “Albuquerque admite subida do salário mínimo acima dos 5%”; “Conselho de Ministros aprova salário mínimo”; “Salário mínimo regional ratificado nos 650,88 euros”.

²⁶ Exemplos: “Maior subsídio de insularidade”; “Verbas das taxas a partir de 2024”; “Governos do PS financiam em 50%”.

²⁷ Exemplos: “JPP afirma que dívida subiu 203 milhões de euros”; “República ainda deve 427 milhões de euros à Madeira”; “ARM executa dívida de 22 milhões à Câmara Municipal do Funchal”.

²⁸ Exemplos: “Redução de IRC nas PME até aos 12%”; “PSD queria 4% de IRS no Funchal”; “Albuquerque quer reduzir imposto”.

²⁹ Exemplos: “Prada quer união para as Autárquicas”; “Câmara é recandidato à presidência em 2021”; “Pedro Gomes lidera na capital e quer ganhar o Funchal em 2021”.

³⁰ Exemplos: “PSD-M mede forças em eleições internas”; “Rio agradece ‘vitória expressiva’, mas ainda vai à segunda volta”; “Das escolhas nacionais perdedoras, às diligências pela união partidária”.

³¹ Exemplos: “Cory Booker abandona corrida presidencial”; “Eleições no País Basco a 5 de abril”.

³² Exemplos: “Listas de espera ‘endurecem’ reparos a Pedro Ramos”; “Albuquerque diz que SRS é o alicerce da Autonomia”; “Cafôfo desafia Albuquerque a explicar demissões na Saúde”.

³³ Exemplos: “PS diz que não há estratégia para a Saúde”; “O que quer o CDS na Saúde”; “PS quer baixar altas problemáticas e idosos nas urgências”; “PSD propõe reestruturação dos centros de saúde”.

³⁴ Exemplos: “PCP quer enfermeiro e médico de família para todos os madeirenses”; “Ministra e a saída de médicos”; “Médicos de família dividem plenário”.

cuidadores informais³⁵ foram, ainda, alguns dos pontos debatidos pelos políticos. A criação do novo hospital³⁶ foi, também, uma temática a que estas entidades deram bastante destaque, originando “pano para mangas” no que diz respeito ao debate político, pois tem vindo a ser um tema amplamente discutido no parlamento.

À “Saúde” seguiu-se a temática da “Sociedade”, abordada em 87 (9,92%) do total de peças analisadas. Sendo este um tema no qual se enquadram notícias diretamente ligadas ao âmbito social, foram mencionados, neste sentido, aspetos como a precariedade laboral³⁷, a violência³⁸ – nomeadamente doméstica - questões de solidariedade³⁹ – sobretudo no que diz respeito às vítimas de fenómenos naturais ocorridos na Região, entre outras. A “Sociedade” demonstrou, assim, ser um tema de interesse público razoavelmente debatido pelas entidades políticas, alcançando algum destaque nos média.

Outra questão política patente nesta análise foi a “Educação”, com um total de 49 menções (5,59%) no número total de notícias. Considerando que a “Educação” é um fator relevante para o público, entende-se a necessidade dos partidos políticos e governo a debaterem, sendo consequentemente, veiculada pelos média. Neste caso, compreendemos que, dentro desta temática, foram debatidos aspetos como bolsas de estudo atribuídas por ambos Governo e câmaras municipais⁴⁰, o preço dos manuais escolares e o acesso por parte dos alunos aos mesmos⁴¹, questões do domínio da educação especial⁴², a profissão

³⁵ Exemplos: “Contrapartidas financeiras ao cuidador não satisfazem o PS”; “Governo elogiado por cuidadores”.

³⁶ Exemplos: “Governo quer hospital no terreno este ano”; “‘PS é o pai do atraso’ na aprovação do novo hospital”; “Melhorar a eficácia para preparar novo hospital”.

³⁷ Exemplos: “Juventude CDU denuncia precariedade laboral”; “Governo nega aumento da precariedade”; “Cinco propostas para combater precariedade laboral”.

³⁸ Exemplos: “Erradicar a violência doméstica”; “Debate sobre violência”.

³⁹ Exemplos: “CDU quer saber das verbas de solidariedade”; “Câmara ‘oferece-se’ para fazer as obras do 20 de Fevereiro”.

⁴⁰ Exemplos: “PSD quer bolsas para mais estudantes”; “PSD acusa CMF de lesar bolseiros universitários”

⁴¹ Exemplos: “Manuais escolares gratuitos no ensino obrigatório”; “Manuais escolares gratuitos para todos apenas na ‘era digital’”.

⁴² Exemplo: “Educação Especial terá reforço de técnicos”; “PS quer educação especial atualizada”.

dos professores e aspetos subjacentes⁴³, ensino superior – com destaque para a Universidade da Madeira⁴⁴, entre outros aspetos⁴⁵.

Quanto aos “Eventos” políticos, estes foram mencionados 35 vezes (3,99%) ao longo das 877 peças. Nestes eventos incluíram-se congressos, jornadas, visitas, comemorações e festividades⁴⁶.

Lembrando que a região em análise corresponde a um destino tipicamente turístico, consideramos nesta análise o “Turismo”. Verificamos que no total de peças estudadas apenas 20 (2,28%) mencionavam esta questão. Aqui, as fontes debateram sobretudo as taxas turísticas existentes⁴⁷ e possíveis estratégias para incrementar esta área a nível da região⁴⁸.

Consideramos, também, as “Questões Climáticas”. Surgindo apenas 15 vezes (1,71%) nesta primeira fase da análise, verificamos que foram debatidos o impacto ambiental, sobretudo na região⁴⁹ e a poluição marítima⁵⁰.

⁴³ Exemplos: “PS quer combater desgaste dos docentes”; “Quotas de docentes e gratuidade”; “PS ouviu preocupações da classe docente”; “PS quer abolir quotas para professores”.

⁴⁴ Exemplos: “PS defende apoios para a UMa”; “Olavo reclama fundos europeus para a UMa”; “PSD contra tratamento discriminatório da UMa”.

⁴⁵ Exemplos: “Ação educativa escolar mais abrangente”; “PS quer gratuidade no ensino obrigatório”; “Assinaturas contra privatização de escola”.

⁴⁶ Exemplos: “Secretário de Estado pela primeira vez na Venezuela”; “Jantar de Natal reúne 700 socialistas”; “Pinto Luz encerra visita à Região”; “Economia em debate com o Governo Regional”; “Quatro municípios em Jornadas nos Açores”.

⁴⁷ Exemplos: “Taxa turística em audição”; “Funchal aprova taxa turística de 2 euros”.

⁴⁸ Exemplos: “Programa de Ordenamento Turístico poderá ser revisto”; “José Prada apela a consensos ‘a bem’ do futuro do turismo”; “É contra a estratégia turística”; “CDS questiona CMF por milhões do Turismo”.

⁴⁹ Exemplos: “Adaptar a Região às alterações climáticas”; “Alterações climáticas preocupam PS”; “PS propõe estudo de impacto ambiental”.

⁵⁰ Exemplos: “Oceano ‘não pode ser um caixote do lixo’”; “Ponham as jaulas na Quinta Vigia ou no Parque Temático”.

Outras questões que fomos verificando ao longo da análise, num total de 165 notícias (18,81%), dizem respeito à agricultura e pesca⁵¹, à proteção civil⁵² – sobretudo acerca da necessidade de helicóptero para extinção de incêndios - a obras públicas⁵³, mobilidade e transportes⁵⁴ (marítimos, aéreos e terrestres), habitação⁵⁵ e emigração⁵⁶.

6.1.1.2) 2.ª Fase

Temática

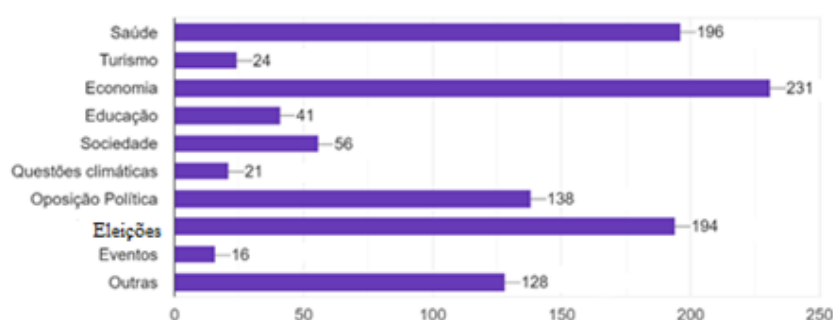


Gráfico 2 - Temática - 2.ª Fase Jornal da Madeira

Na segunda fase da análise, passado um ano desde a publicação das edições analisadas na primeira fase, procedemos à recolha de peças publicadas durante a pandemia da Covid-19. Nesta etapa foi analisado um total de 895 peças.

⁵¹ Exemplos: “Água de rega problemática em Câmara de Lobos”; “CDS pede renovação da frota de pesca”; “Reservas agrícolas sem efeito”.

⁵² Exemplos: Mais de um milhão para prevenir incêndios”; “Maciel desafia PS-M a fazer ‘lôbi’ pelo helicóptero”; “Parlamento recomenda meio aéreo todo o ano”.

⁵³ Exemplos: “Obras e projetos postos em causa”; “PS-Funchal exige obras de proteção junto às ribeiras”; “25 obras superiores a um milhão”.

⁵⁴ Exemplos: “CDU quer na RAM Passe Único”; “PS reclama interesse público do ferry à República”; “Mobilidade pode decidir voto do PSD-M em Lisboa”; “Costa prometeu ferry todo o ano”; “PS quer ação do GR nos transportes aéreos”; “JPP propõe serviços com TVDE”.

⁵⁵ Exemplos: “PSD quer IVA reduzido nas obras da IHM”; “Mais investimento na habitação social”; “Famílias (des)esperam por habitação social”.

⁵⁶ Exemplos: “Governo anti-imigrantes”; “Albuquerque recebe delegação do Curaçau”.

Logo no primeiro parâmetro verificamos uma alteração nas “Questões Políticas” mais debatidas. Nesta fase, a “Economia” foi o foco de 231 notícias (25,81%). Esta questão englobou, assim como na primeira fase, orçamentos⁵⁷, investimentos⁵⁸, verbas e empréstimos⁵⁹, impostos⁶⁰, dívidas⁶¹ e salário mínimo⁶². A diferença patente, nesta questão, revela-se no facto de terem sido amplamente discutidos assuntos relacionados com a Covid-19, particularmente o impacto da pandemia na economia local e a consequente necessidade de recuperação económica⁶³.

A segunda temática mais abordada, nesta fase, foi a “Saúde”, em 196 das peças (21,90%), com ênfase, mais uma vez, na Covid-19 e questões subjacentes, como a testagem e vacinação⁶⁴. Além destas foram também referidos os tópicos da profissão dos médicos e a dos enfermeiros⁶⁵.

Tendo a “Economia” e a “Saúde” surgido como principais centros de debate, verificamos, assim, o impacto da Covid-19 e da pandemia no meio político e mediático, considerando que esta foi uma situação na qual foi depositada muita atenção, quer por parte das entidades políticas, assim como por parte dos média.

⁵⁷ Exemplos: “Orçamento aprovado segue segunda para Ireneu Barreto”; “Chumbo do Orçamento é ataque aos funchalenses”; “Orçamento Participativo será de 5 milhões”.

⁵⁸ Exemplos: “Região já investiu 160 ME”; “Investimento desceu 9 milhões por ano apesar das receitas subirem 10 milhões”; “581 milhões de euros para investir em seis anos”.

⁵⁹ Exemplos: “Governo quer reforço de verbas e tem programa feito”; “Deputada pede apoios à UE”; “Verbas para 2021 em debate por quatro dias”.

⁶⁰ Exemplos: “Aumento de impostos no Funchal gera mais 3 milhões por ano”; “IVA à taxa reduzida na restauração”; “IMI a 0,30% e isenção vai ainda para estudo”.

⁶¹ Exemplos: “Peso da dívida consome 340ME”; “Autarquia já reduziu dívida herdada de 30 para 2 ME”.

⁶² Exemplos: “Salário mínimo ‘só’ de 682 euros para ajudar também as empresas”; “Salário mínimo no Estado”; “PR promulga aumento do salário”.

⁶³ Exemplos: “Contenção da pandemia com a economia a funcionar”; “Recuperação económica é a principal prioridade”.

⁶⁴ Exemplos: “França Gomes revela ‘golpe’ na vacinação”; “PS quer plano de vacinação regional”; “PS questiona sobre dupla testagem”.

⁶⁵ Exemplos: “Deputados questionam Ordem dos Médicos”; “GR falhou cobertura e médicos de família à população”; “PSD quer ajudar médicos na Venezuela”; “Não há enfermeiros no desemprego”.

Em terceiro lugar surgiram 194 peças (21,68%) relativas às “Eleições”, com foco, sobretudo, para as Autárquicas 2021⁶⁶, as Presidenciais 2021⁶⁷ e, ainda as Eleições Presidenciais nos Estados Unidos da América⁶⁸.

Se na primeira parte do estudo analisamos que a “Oposição Política” foi a temática que mais vezes surgiu, desta feita figurou apenas em quarto lugar, num total de 138 notícias (15,42%). Ainda que tenha surgido num menor número de vezes, continuou a ser a oposição entre PSD-PS⁶⁹ a mais notória, tal como na primeira parte, assim como a oposição contra as medidas do Governo⁷⁰.

56 notícias (6,26%) abordavam a questão da “Sociedade”. A esta temática estiveram relacionadas a toxicodependência⁷¹, a discriminação⁷² e, sobretudo, a solidariedade⁷³.

A “Educação” surgiu 41 vezes (4,59%). Esta foi outra das questões na qual foi debatido o impacto da pandemia⁷⁴. Além desta foi, ainda, mencionado o ensino superior⁷⁵ (sobretudo a nível da Universidade da Madeira).

⁶⁶ Exemplos: “Santana admite ser candidato do PSD às autárquicas”; “Joselina Melim pelo PSD no Porto Santo”; “Gualberto candidato à Ponta do Sol”.

⁶⁷ Exemplos: “Presidenciais debatidas pelos jovens socialistas”; “Marcelo confirma eleição e Ventura chega a segundo”; “PS demitiu-se destas eleições”.

⁶⁸ Exemplos: “Mundo em suspenso à espera de novo Presidente dos Estados Unidos”; “Biden ou Trump? Decisão pode estar para breve”; “Biden derrota Trump”.

⁶⁹ Exemplos: “Secretário-geral do PS diz que PSD ultrapassou o vermelho”; “PS pede transparência na Saúde e PSD critica obsessão populista”; “PSD critica postura do PS no OE”.

⁷⁰ Exemplos: “‘Governo não sabe ouvir’”; “PS acusa governo de ‘desnorte’”; “‘Este governo apenas fomentou o ódio’”.

⁷¹ Exemplos: “Substâncias psicoativas entram na Lei”; “Criminalização de novas substâncias psicoativas”; “Centros não resolvem flagelo da toxicodependência”.

⁷² Exemplos: “Mulheres socialistas homenageiam vítimas”; “Derrota que não trava combate pela igualdade”; “Audição sobre discriminação a homossexuais”.

⁷³ Exemplos: “PCP solidário com populações afetadas”; “PSD pede solidariedade”; “JPP solidário com população da Fajã da Ovelha”.

⁷⁴ Exemplos: “É vital garantir o ensino neste tempo de pandemia”; “António Costa admite fechar escolas”; “Estudantes sem *charter*”.

⁷⁵ Exemplos: “Apelo a universitários no período crítico que aí vem”; “PSD critica silêncio e inércia do Estado para com a UMa”.

O “Turismo” apareceu em 24 peças (2,68%), abrangendo a crise no Turismo⁷⁶, derivada da pandemia, assim como algumas medidas tomadas⁷⁷ e, ainda, alguns investimentos⁷⁸ nesta área.

Já as “Questões Climáticas” apenas surgiram 21 vezes (2,35%), englobando a proibição dos muros com pneus⁷⁹, o estudo das Ginjas⁸⁰, entre outras referências ao Ambiente⁸¹.

Por sua vez, os “Eventos” foram debatidos apenas 16 vezes (1,79%), referindo, visitas⁸², festas⁸³ e comícios⁸⁴.

Outras questões abordadas, em 128 peças (14,30%), foram mobilidade e transportes⁸⁵, obras públicas⁸⁶, agricultura/pesca⁸⁷ e habitação⁸⁸.

⁷⁶ Exemplos: “Cerdas defende resposta à crise no Turismo”; “Deputados do PS preocupados com situação do Turismo”.

⁷⁷ Exemplos: “Preços baixos para turistas”; “Seguro obrigatório para turistas”.

⁷⁸ Exemplo: “46,7 milhões de euros para o Turismo”.

⁷⁹ Exemplo: “Governo proíbe muros com pneus”; “Autarca do CDS indignado com muros feitos com pneus”.

⁸⁰ Exemplo: “Laurissilva salvaguardada na requalificação das Ginjas”.

⁸¹ Exemplos: “Funchal renova frota do Ambiente”; “Autarquia falha no ambiente”; “Falta resposta às alterações climáticas”.

⁸² Exemplo: “Albuquerque visita exploração agrícola no Monte”.

⁸³ Exemplo: “Festa do Chão da Lagoa está cancelada”.

⁸⁴ Exemplo: “PCP cancela comício”.

⁸⁵ Exemplos: “PCP exige passe único”; “Mobilidade mais uma vez esquecida”.

⁸⁶ Exemplos: “PS elogia obras no Curral Velho e Laranjal”; “CMF repavimenta novo caminho”; “Obra de 5,2 milhões liga zonas altas”.

⁸⁷ Exemplos: “PCP quer apoios para agricultura”; “Governo apoia setor das pescas”; “Agricultores estão esquecidos”.

⁸⁸ Exemplos: “Governo investe 5,8 milhões em novo complexo habitacional”; “Discriminação na habitação”; “Resolver a falta de habitação”.

6.1.2) Partidos Políticos

6.1.2.1) 1.^a Fase

No total de peças analisadas em 658 foram feitas menções a partidos políticos.

Partidos Políticos

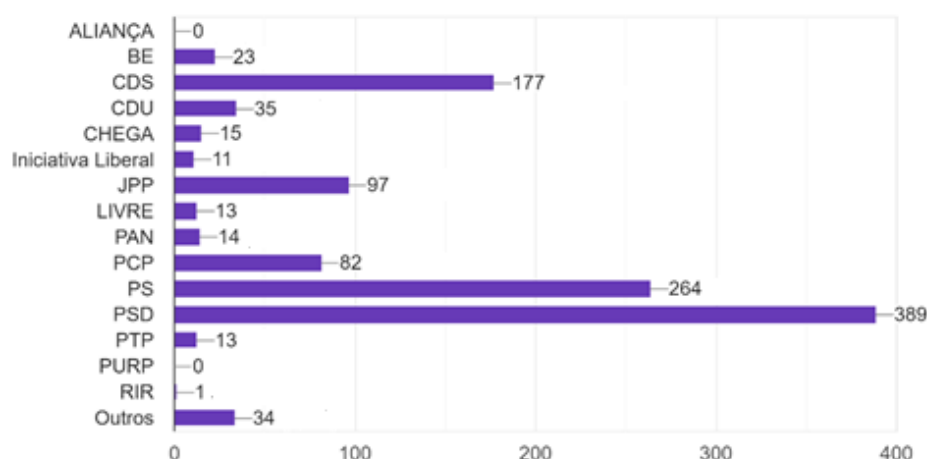


Gráfico 3 – Partidos Políticos – 1.^a Fase Jornal da Madeira

Quanto aos partidos políticos, verificou-se que o PSD foi o mais mencionado, em 389 peças (44,36%). Tendo a Região Autónoma da Madeira uma vasta história de governação social-democrata, compreende-se aqui o facto este acontecimento. Ao partido laranja seguiu-se o maior partido da oposição – Partido Socialista – com um total de 264 menções (30, 10%). Em terceiro lugar surgiu o CDS⁸⁹, com 177 (20,18%), seguido do JPP, com 97 (11,06%) e o PCP, com 82 (9,35%).

Tendo em conta que várias das notícias políticas publicadas tiveram as suas informações fornecidas em sessões parlamentares é possível apurar o motivo de estes serem os cinco partidos mais mencionados ao longo do período de análise. Isto porque a Assembleia Legislativa da Região Autónoma da Madeira é composta por 47 deputados, dos quais 21 são do PSD, 19 do PS, 3 do CDS, 3 do JPP e 1 do PCP.

⁸⁹ Sabendo que o Governo Regional da Madeira é composto pela Coligação PSD/CDS, podemos observar aqui um possível motivo para o facto de este ter sido o terceiro partido mais mencionado.

A estes cinco partidos seguem-se a CDU, com 35 (3,99%), o Bloco de Esquerda, com 23 (2,62%), o Chega, com 15 (1,71%), o PAN, com 14 (1,60%), o Livre, com 13 (1,48%), o PTP, também com 13 (1,48%), e a Iniciativa Liberal, com 11 (1,25%). Na categoria “Outros”, em 34 peças (3,88%) encontramos o PEV, o PPM o MPT além de outros partidos estrangeiros.

6.1.2.2) 2.^a Fase

Das 895 peças, em 544 (60,78%) foram feitas referências a partidos políticos.

Partidos Políticos

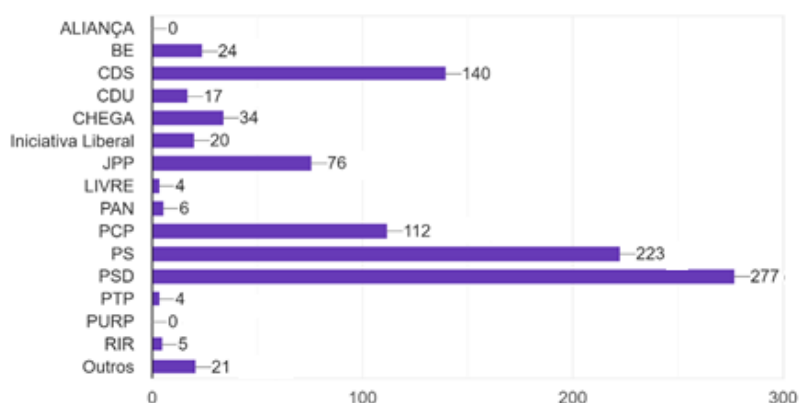


Gráfico 4 - Partidos Políticos - 2.^a Fase Jornal da Madeira

Os três partidos mais mencionados continuaram a ser PSD, PS e CDS, em 277 (30,9%), 223 (24,92%) e 140 peças (15,62%), respetivamente. Nesta fase o PCP ultrapassou o JPP, com 112 (12,51%) e 76 alusões (8,49%), ainda que esta pequena diferença não tenha interferido no facto dos partidos com deputados na Assembleia serem os mais referidos.

A estes cinco seguiram-se o CHEGA⁹⁰, o BE, Iniciativa Liberal e a CDU, em 34 (3,80%), 24 (2,68%), 20 (2,23%) e 17 peças (1,90%).

Em menor número surgiram o PAN, o RIR, o LIVRE e o PTP, em 6 (0,67%), 5 (0,56%) e 4 (0,45%) em cada um dos dois últimos casos.

Nos “Outros” – 21 (2,35%) - incluímos o PPM, o PEV e outros partidos estrangeiros.

6.1.3) Relevância

⁹⁰ Notemos que o CHEGA ganhou espaço nesta fase, sendo que apareceu em mais do dobro de peças que na primeira fase, isto devido ao estrelato de André Ventura aquando das Eleições Presidenciais, das quais era candidato.

6.1.3.1) 1.^a Fase

Relevância

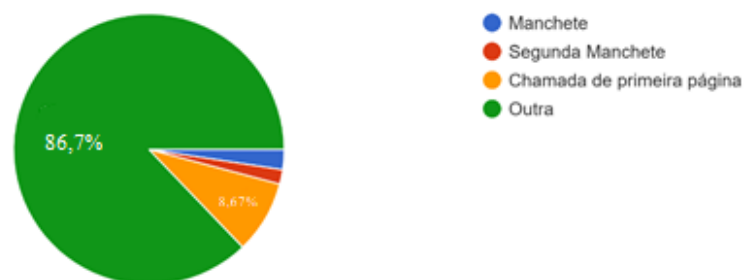


Gráfico 5 - Relevância - 1.^a Fase Jornal da Madeira

Das 877 peças, apenas 117 (13,34%) surgiram nas primeiras páginas, entre as quais 76 (8,67%) chamadas de primeira página, 21 (2,39%) manchetes e 15 (1,71%) segundas manchetes.

6.1.3.2) 2.^a Fase

Relevância

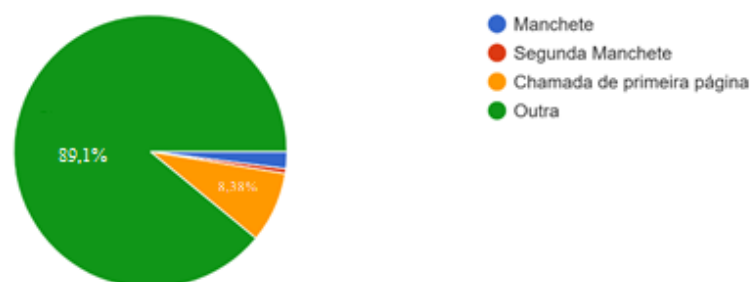


Gráfico 6 - Relevância - 2.^a Fase Jornal da Madeira

Apenas 10,95% das peças (98) foram referidas na primeira página, ou seja, 89,05% (797) não. Dessas 98 peças, 75 (8,38%) eram chamadas de primeira página, 18 (2,01%) manchetes e apenas 5 (0,56%) segundas manchetes.

6.1.4) Tamanho

6.1.4.1) 1.ª Fase

Tamanho

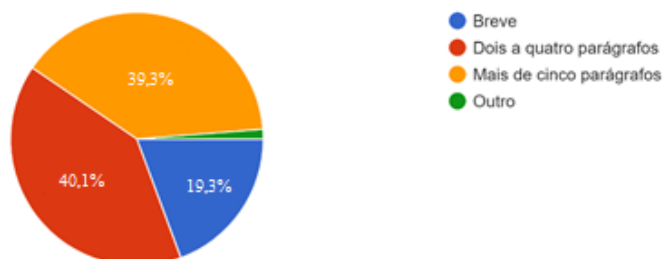


Gráfico 7 - Tamanho - 1.ª Fase Jornal da Madeira

No parâmetro “Tamanho”, verificamos que a maior parte das peças, 352 (40,14%), estava compreendida entre dois e quatro parágrafos. Outras 345 (39,34%) peças possuíam mais de cinco parágrafos e uma pequena parte, 169 (19,27%), era composta por breves. Na categoria “outros” foram enquadradas as notícias que compreendiam duas páginas, correspondendo a um total de 11 peças (1,25%).

6.1.4.2) 2.^a Fase

Tamanho

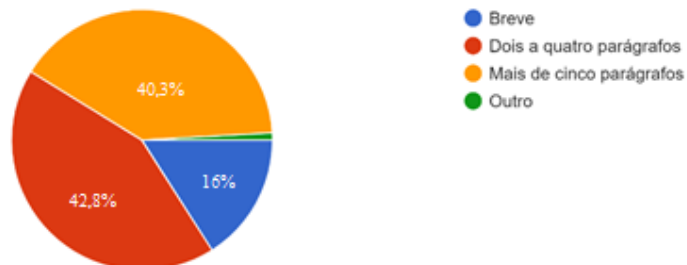


Gráfico 8 - Tamanho - 2.^a Fase do Jornal da Madeira

A maior parte das peças, 383 (42,79%), continuou a conter entre dois e quatro parágrafos. 40,34% (361) das peças possuía mais de cinco parágrafos, 15,98% (143) eram breves. Quanto aos restantes 0,89% (8 peças), enquadrámos na categoria “outros”, em que, tal como na primeira fase, seleccionamos as peças com duas páginas.

6.1.5) Valor Notícia

6.1.5.1) 1.ª Fase

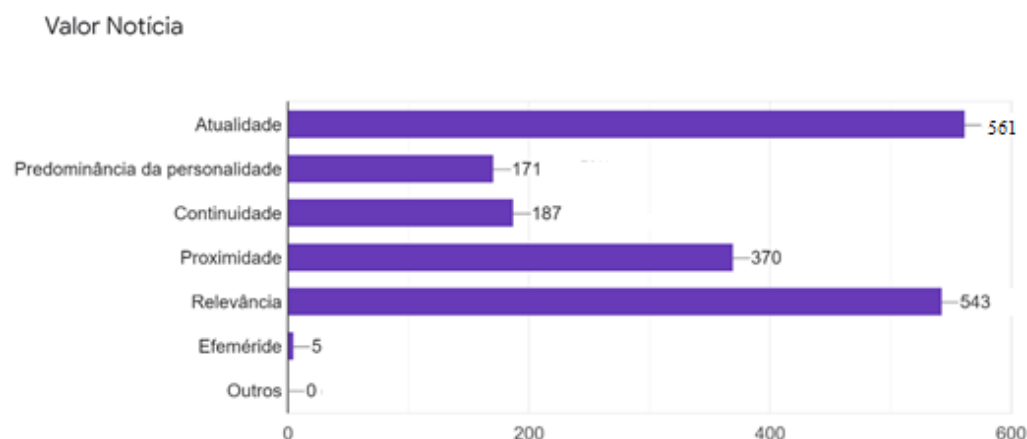


Gráfico 9 - Valor Notícia - 1.ª Fase Jornal da Madeira

Para que uma peça seja publicada é necessário que esta possua valor notícia. No caso em estudo, compreendemos que o valor “Atualidade” foi o que mais foi tido em conta, em 561 (63,97%) peças, seguido da “Relevância”, em 543 (61,92%), e da “Proximidade”, em 370 (42,20%).

Relativamente à “Proximidade”, consideramos todas as peças jornalísticas cuja informação, de certo modo, estabeleciam uma relação próxima com o público leitor, nomeadamente através da referência às suas comunidades e localidades. Tomemos como exemplo os seguintes casos: “Governo discrimina Caniço”; “Ouçam pessoas da Ponta do Sol”; “36 milhões só para a Calheta”; “Unidos pela Costa Norte”; “Campanário merece atenção”; “Nóbrega promete mudar PSD em Machico”; “Sara Cerdas leva Geração Madeira ao Porto Santo”; “Visita ao Curral das Freiras para apurar carências”; “Ribeira Brava com 15 milhões e euros”. Como se pode nestes mesmos títulos notar, a alusão a determinados sítios permite estabelecer um elo com os moradores dessas mesmas localidades.

O valor “Continuidade” também teve o seu destaque nestas peças, sendo que várias delas, 187 (21,32%), davam prosseguimento a outras anteriormente noticiadas, como foi o caso do Orçamento de Estado, em que uma questão levantada numa notícia prontamente dava origem a outra numa edição seguinte.

A “Predominância da Personalidade” foi outro dos valores notícia tidos em conta. Verificamos que em 171 (19,50%) peças a personalidade em questão foi relevante para a publicação da notícia, como foi o caso do Presidente da República – Marcelo Rebelo de Sousa⁹¹, do anterior presidente do Governo Regional Alberto João Jardim⁹², assim como outros governantes de países estrangeiros, nomeadamente, Donald Trump⁹³, Nicolas Maduro⁹⁴, Lula da Silva⁹⁵, Angela Merkel⁹⁶, e outros políticos portugueses como André Ventura⁹⁷ e Joacine Katar Moreira⁹⁸.

Numa minoria das notícias – apenas 5 (0,57%) foi ainda considerado o valor “Efeméride”, sobretudo em alusões ao 20 de fevereiro⁹⁹.

⁹¹ Exemplos: “Marcelo vem à Madeira a 27 de março”; “Marcelo calado até ao último segundo”.

⁹² Exemplos: “Alberto João Jardim mandatário de Rui Rio na Região”; “Jardim desmente ‘boato’”; “Jardim apresenta estratégia para PSD e Portugal”.

⁹³ Exemplos: “Trump participa em marcha anual contra o aborto”; “Trump faz apelo contra antissemitismo”; “Senado iniciou ontem julgamento de Trump”.

⁹⁴ Exemplo: “Nicolás Maduro expulsa corpo diplomático de El Salvador”; “Caracas sublinha que Maduro é o Presidente”; “Maduro e o seu governo são autoridades de facto”.

⁹⁵ Exemplos: “Lula da Silva saiu da prisão”; “Lula vai ‘combater o lado podre da Justiça’”.

⁹⁶ Exemplos: “Merkel visita antigo campo de concentração”; “Angela Merkel visita Angola no dia 7”; “Merkel vê saída como ‘rutura’”.

⁹⁷ Exemplos: “‘Estava tudo conbinado’, diz Ventura”; “Discurso xenófobo de Ventura”.

⁹⁸ Exemplos: “Joacine Katar exige ‘respeito’”; “Joacine exonera assessora na AR”; “Joacine Katar diz que nasceu para estar na AR e ali ficará”.

⁹⁹ Data de um aluvião que ocorreu na Madeira em 2010.

6.1.5.2) 2.^a Fase

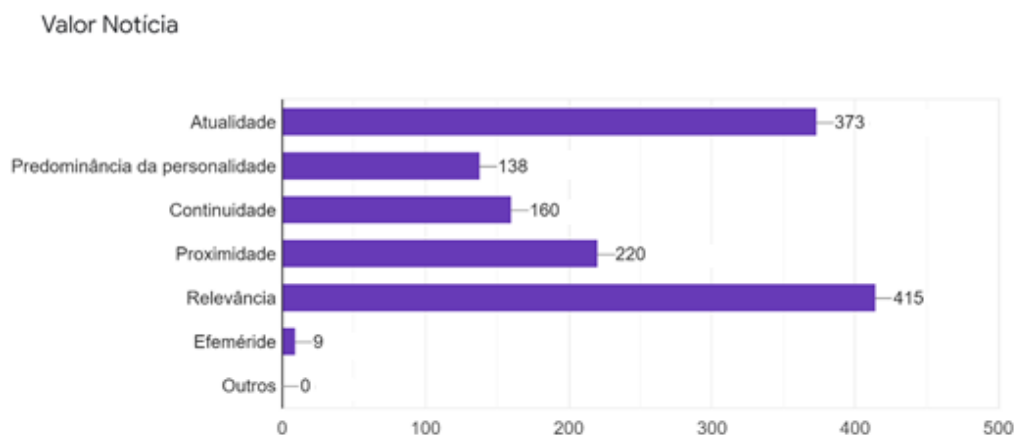


Gráfico 10 - Valor Notícia - Jornal da Madeira

Aqui verificamos uma alteração na ordem de valores notícias¹⁰⁰. Nesta fase foi a “Relevância” o primordial valor, presente em 415 (46,37%) peças, seguido da “Atualidade”, em 373 (41,68%).

Relativamente à “Proximidade”, patente em 220 (24,59%) das peças, seguimos a observar a referência às comunidades e localidades, de forma a aproximar o leitor da informação, como podemos perceber em: “Zonas Altas do Funchal esquecidas”; “Recuperação da Costa Norte sem solidariedade nacional”; “Sobressaltos no Lugar de Baixo”; “PS pretendia gabinete de apoio para a Ponta Delgada e Boaventura”; “PS desafia Governo a passar da promessa à ação em Santa Cruz”; “Crianças de Machico e Santa ‘sem acesso à saúde oral’”.

Segue-se a “Continuidade”, em 160 (17,88%) notícias.

Quanto à “Predominância da Personalidade”, esteve presente em 138 (15,42%) peças. Nesta fase verificamos que se manteve a relevância, a nível nacional, sobretudo de

¹⁰⁰ Em algumas peças foram considerados mais do que um valor notícia.

Marcelo Rebelo de Sousa¹⁰¹ e Alberto João Jardim¹⁰². Tendo esta fase correspondido às Eleições Presidenciais de 2021 notamos, também a predominância dos candidatos presidenciais Ana Gomes¹⁰³, Marisa Matias¹⁰⁴, André Ventura¹⁰⁵ (já mencionado na primeira fase), João Ferreira¹⁰⁶, Tiago Mayan¹⁰⁷ e Tino de Rans¹⁰⁸.

Por sua vez, a predominância de figuras internacionais ligou-se, mais uma vez a Donald Trump¹⁰⁹.

Por fim, o valor-notícia a que menos recorreram foi a “Efeméride”, em apenas 9 (1,01%) das peças.

¹⁰¹ Exemplos: “Visita de Marcelo Rebelo de Sousa é ‘motivo de orgulho’”; “Marcelo ouve especialistas”; “Marcelo Rebelo de Sousa o 21.º Presidente de Portugal”.

¹⁰² Exemplos: “Estratégia para o PSD nacional no dia dos 78 anos de Jardim”; “Jardim recebeu a primeira dose da vacina”; “Jardim defende ação de Rodrigues para gerar consenso nas reformas”.

¹⁰³ Exemplos: “Ana Gomes defende adiamento das eleições”; “Ana Gomes mobiliza jovens”; “Ana Gomes a favor da autonomia”.

¹⁰⁴ Exemplo: “Marisa Matias ‘fura’ pandemia e estará amanhã na Madeira”.

¹⁰⁵ Exemplos: “Ventura vem à Madeira”; “Ventura recebeu 17 vezes mais votos do que em 2019”; “Ventura ‘chumbado’ na Assembleia”.

¹⁰⁶ Exemplos: “Mandatária desafia eleitores a conhecerem João Ferreira”; “João Ferreira ganha mais força”; “João Ferreira quer Estado a ajudar na habitação”.

¹⁰⁷ Exemplo: “Tiago Mayan acusa Governo”.

¹⁰⁸ Exemplos: “Vitorino Silva espera ‘mandato diferente’ de Marcelo”.

¹⁰⁹ Exemplos: “Julgamento de Trump depois da posse”; “Trump comparado a chefe da máfia”; “Milhares juntam-se para apoiar Donald Trump”.

6.1.6) Género

6.1.6.1) 1.^a Fase

Género

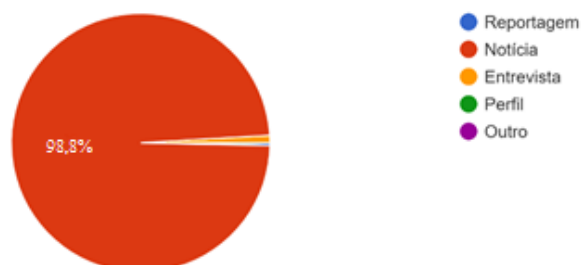


Gráfico 11 - Género - 1.^a Fase Jornal da Madeira

A esmagadora maioria das peças analisadas, 866 (98,75%), eram “Notícias”. Nesta primeira fase foram ainda publicadas 8 entrevistas (0,91%) e 3 reportagens (0,34%).

6.1.6.2) 2.^a Fase

Género

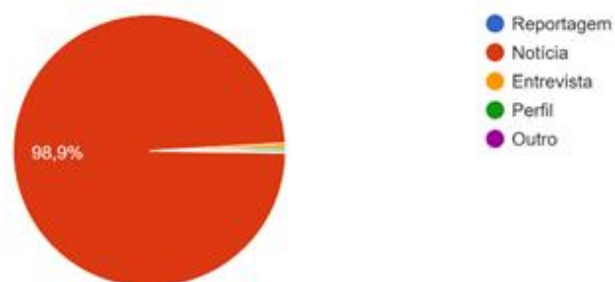


Gráfico 12 - Género - 1.^a Fase Jornal da Madeira

As “Notícias” continuam a ser o género ‘preferido’, totalizando 98,89% das peças (885). Quanto as entrevistas foram apenas 5 (0,56%) e encontramos, também, três perfis, correspondendo a 0,34% de peças. Estes perfis correspondiam às figuras de Joe Biden e Kamala Harris, surgindo em consequência da eleição destes para Presidente e Vice-Presidente dos Estados Unidos da América. Além de 2 reportagens (0,22%).

6.1.7) Espaço de Ação

6.1.7.1) 1.ª Fase

Espaço de Ação

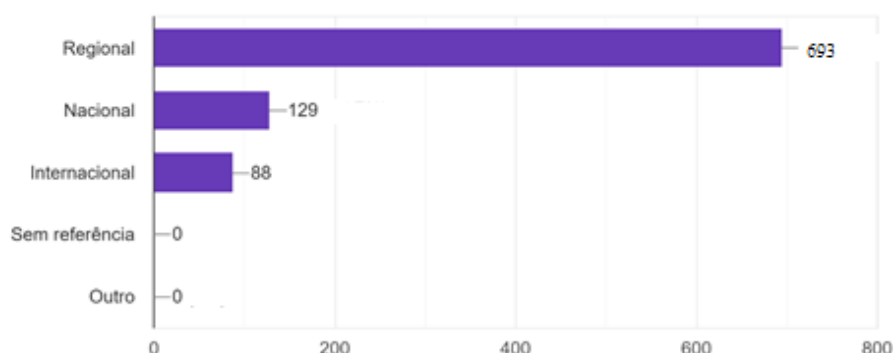


Gráfico 13 - Espaço de Ação - 1.ª Fase Jornal da Madeira

Sendo o *Jornal da Madeira* um periódico de âmbito local e regional verificou-se, como era de esperar, que a maioria das peças, 693 (79,02%), noticiavam acontecimentos e âmbito “Regional”. Numa parte, 129 (14,71%), as peças foram também mencionadas factos de carácter “Nacional”¹¹⁰ e numa pequena percentagem, 88 (9,83%), encontramos menções ao espaço “Internacional”.

No espaço “Internacional” foram noticiados acontecimentos ligados aos Estados Unidos da América¹¹¹, à Venezuela, ao Brasil, à França, ao Reino Unido¹¹² e outras

¹¹⁰ Incluindo Açores.

¹¹¹ Exemplo: “Donald Trump recebeu Juan Guaidó na Casa Branca”.

¹¹² Exemplos: “Brexit a 31 de janeiro será honrado”; “Reino Unido redefine política”; “UE define diretrizes com Londres em fevereiro”.

regiões com menos regularidade, entre os quais, Guiné¹¹³, Coreia¹¹⁴, Itália¹¹⁵, Sudão¹¹⁶, Libano¹¹⁷ e Burkina Fasso¹¹⁸.

Ainda relativamente ao espaço “Internacional”, importa realçar a importância da emigração. Sabendo que grande parte dos emigrantes madeirenses reside na Venezuela¹¹⁹, é possível compreender o motivo de este ter sido um espaço amplamente noticiado, considerando que é relevante para o público obter informações sobre o território onde muitos poderão ter familiares ou até mesmo ter lá vivido. O mesmo acontece com o Brasil¹²⁰, com a França¹²¹ e com o Reino Unido¹²², ainda que não de forma tão vasta quanto a Venezuela.

¹¹³ Exemplo: “Eleições tranquilas na Guiné”.

¹¹⁴ Exemplo: “Coreia chama Joe Biden de ‘cão raivoso’”.

¹¹⁵ Exemplo: “Roma sai à rua contra extrema-direita”.

¹¹⁶ Exemplo: “Ex-presidente do Sudão condenado por corrupção”.

¹¹⁷ Exemplo: “Libaneses festejam independência”.

¹¹⁸ Exemplo: “Burkina Fasso queixa-se de repressão”.

¹¹⁹ “Estima-se que na Venezuela residam cerca de 300 mil madeirenses” (Governo Regional da Região Autónoma da Madeira, 2021).

¹²⁰ “Nos séculos XVII e XVIII, milhares de famílias partiram para as colónias.” (Governo Regional da Região Autónoma da Madeira, 2021).

¹²¹ “Existe uma comunidade de madeirenses e luso-descendentes com alguma expressão em Nantes/ Cholé, em Nice e em Paris, na localidade de Ormeson-Sur-Marne.” (Governo Regional da Região Autónoma da Madeira, 2021).

¹²² “Em Londres residem aproximadamente 120 mil madeirenses”. (Governo Regional da Região Autónoma da Madeira, 2021).

6.1.7.2) 2.^a Fase

Espaço de Ação

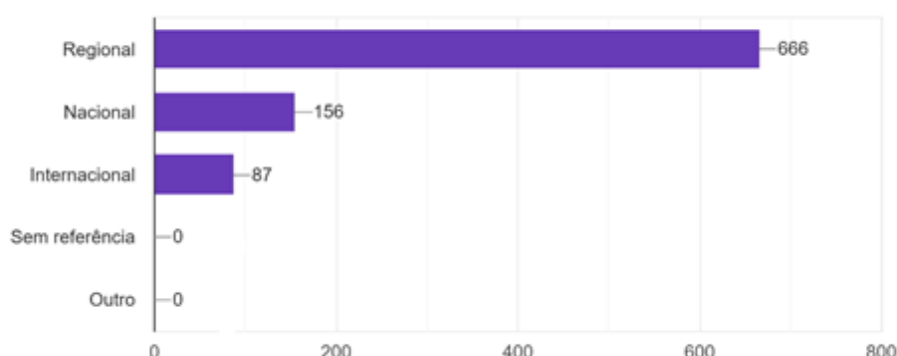


Gráfico 14 - Espaço de Ação - 1.^a Fase Jornal da Madeira

O “Regional” mantém-se como espaço de ação¹²³ mais referenciado ao longo da análise, estando presente em 666 (74,42%) das peças.

Segue-se o espaço “Nacional”, presente em 156 (17,43%) peças e por fim o “Internacional”, abordado em 87 (9,72%).

Nesta fase continuamos a verificar que os países mais mencionados nas peças de carácter internacional continuam a ser a Venezuela¹²⁴, Brasil, Estados Unidos¹²⁵, França e Reino Unido¹²⁶, surgindo também, em menor número, a China¹²⁷, Bolívia¹²⁸ e Rússia¹²⁹, entre outros.

6.1.8) Assinatura

¹²³ Importa referir que algumas das peças referiam mais do que um espaço de ação, podendo este ser regional e nacional, nacional e internacional e, ainda, regional e internacional.

¹²⁴ Exemplo: “Embaixadora da UE abandona Venezuela”.

¹²⁵ Exemplo: “Trump reconhece vitória de Biden”.

¹²⁶ Exemplo: “Londres ameaça suspender acordos”.

¹²⁷ Exemplo: “China impõe várias sanções ‘à era Trump’”.

¹²⁸ Exemplo: “Luis Acre já é presidente da Bolívia”.

¹²⁹ Exemplos: “Putin acusa o ocidente de querer ‘acorrentar’ a Rússia”; “UE deve tirar consequências de recusa de ‘diálogo’ de Moscovo”.

6.1.8.1) 1.^a Fase

Verificamos que a maioria das peças, 613 (69,90%), analisadas não eram assinadas. Observamos, ainda que 9 (1,03%) das peças eram de agência, sendo que apenas 255 (29,08%) eram assinadas.

Assinatura

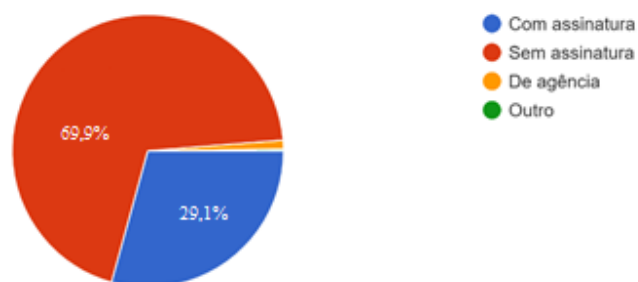


Gráfico 15 - Assinatura - 1.^a Fase Jornal da Madeira

6.1.8.2) 2.^a Fase

A maioria das peças, 63,02% (564), continua a não apresentar assinatura, face a 35,09% (314) peças assinadas. 1,90% de peças (17) eram ainda construídas com recurso a informação de agência.

Assinatura

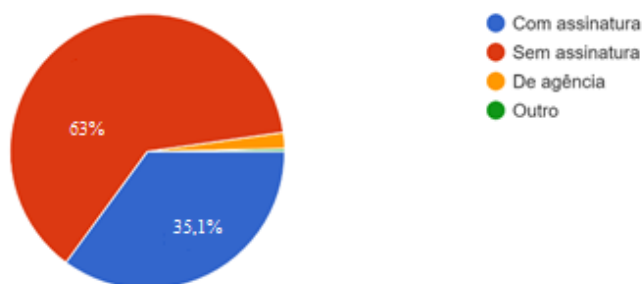


Gráfico 16 - Assinatura - 2.^a Fase Jornal da Madeira

6.1.9) Fontes de Informação

6.1.9.1) 1.^a Fase

Fontes de Informação

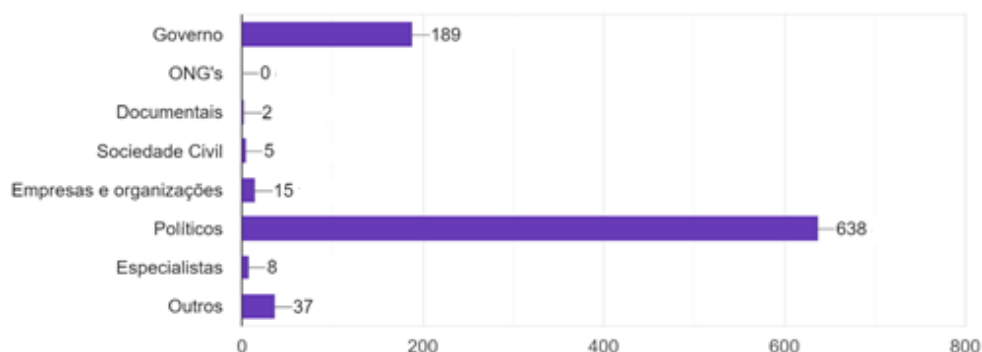


Gráfico 17 - Fontes de Informação - 1.^a Fase Jornal da Madeira

A grande maioria das informações noticiadas, 638 (71,28%), foram fornecidas por Entidades Políticas¹³⁰. Outras 189 foram facultadas por membros do Governo¹³¹.

Foram ainda fornecidas 15 (21,12%) informações por Empresas e Organizações, 8 (0,91%) por Especialistas, outras 5 (0,56%) pela Sociedade Civil e, ainda, 2 (0,22%) documentais.

Na categoria “Outros” foram enquadradas as peças em que não foi mencionada nenhuma fonte, num total de 37 (4,22%).

¹³⁰ Representantes de Partidos Políticos e Grupos Parlamentares e autarcas.

¹³¹ Membros do Governo Regional da Madeira, do Governo da República Portuguesa e governantes internacionais.

6.1.9.2) 2.^a Fase

Fontes de Informação

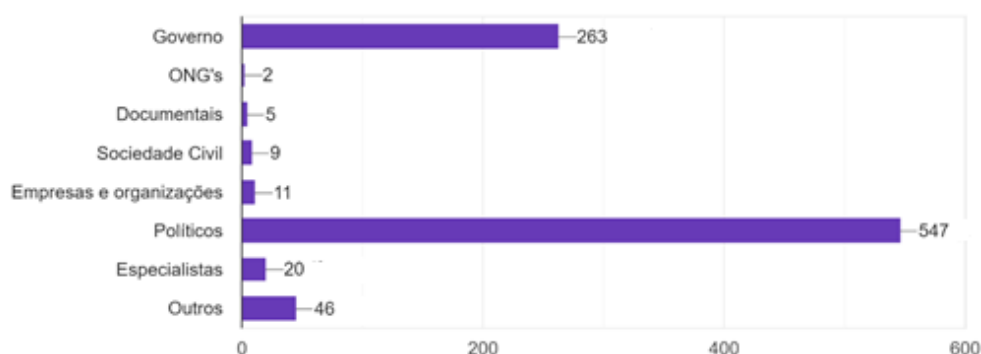


Gráfico 18 - Fontes de Informação - 2.^a Fase Jornal da Madeira

Assim como na fase anterior, continuamos a registar as Entidades Políticas como principais fontes de informação, em 547 (61,12%) notícias. Seguem-se as fontes do Governo, mencionadas em 263 (29,39%) peças.

Em menor número apresentam-se fontes Especialistas – 20 (2,23%); Empresas e Organizações – 11 (1,23%); Sociedade Civil – 9 (1,01%); Documentais – 5 (0,56%) e ONG's – 2 (0,22%).

Em 46 (5,14%) peças não foi referida nenhuma fonte de informação.

6.1.10) Imagem

6.1.10.1) 1.^a Fase

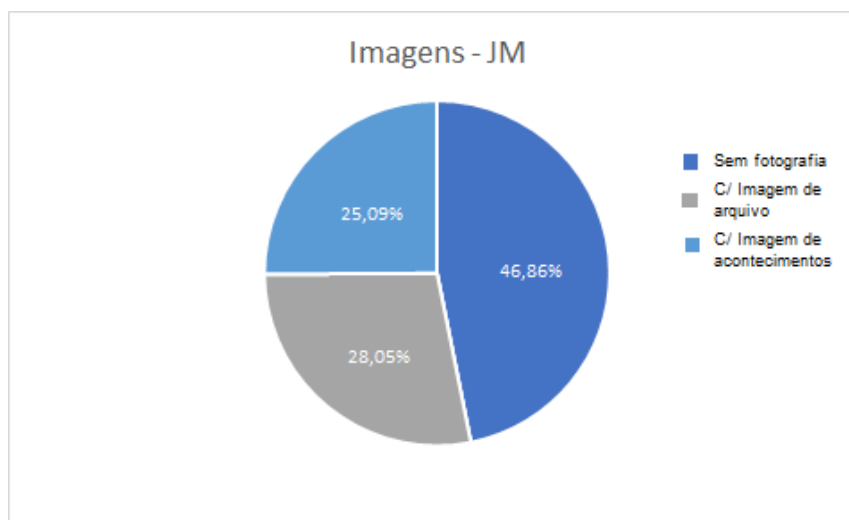


Gráfico 19 - Imagem - 1ª Fase Jornal da Madeira

Um pouco mais da metade das peças analisadas – 466 (53,14%) - eram ilustradas por fotos, das quais 246 (20,05%) eram de arquivo e 220 (25,09%) de acontecimentos. No entanto é de salientar que algumas dessas imagens eram fornecidas por outras entidades como a ALRAM e ainda agências de notícias.

As restantes 411 (46,86%) notícias não possuíam imagens.

6.1.10.2) 2.^a Fase

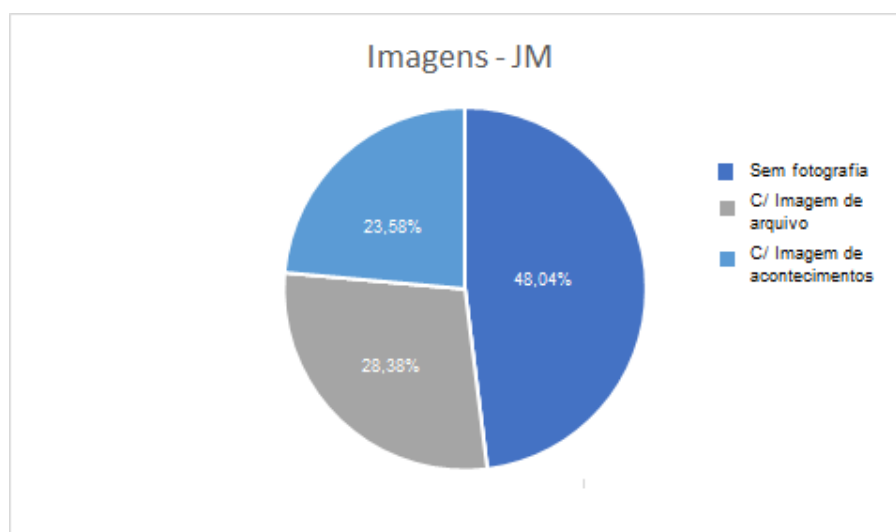


Gráfico 20 - Imagem - 2ª Fase Jornal da Madeira

Na fase da pandemia continuamos a verificar que pouco mais da metade das peças – 465 (51,96%) - estava acompanhada de fotografia, das quais 254 (28,38%) eram de arquivo e 211 (23,58%) de acontecimentos. Voltamos, também, a verificar a existência de imagens fornecidas pela ALRAM e ainda agências de notícias.

As restantes 430 (48,04%) notícias não possuíam imagens.

6.1.11) Título

6.1.11.1) 1.ª Fase

Título

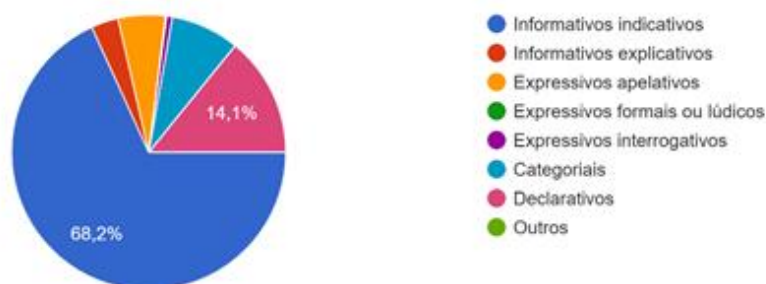


Gráfico 21 - Título - 1.ª Fase Jornal da Madeira

Seguindo o modelo de títulos mencionado por Estrela Serrano (2006) verificamos que a maioria das peças, 598 (68,19%), possuía *Títulos Informativos Indicativos*. Estes títulos procuram responder às questões “Quem? O quê? Onde? Quando?”, segundo a autora, “indicam factos ou dados” (Serrano, 2006: 307). Servem de exemplo os seguintes títulos: “Filipe Sousa enaltece aposta no turismo em Santa Cruz”; “Orçamento regional debatido entre 20 e 23 de janeiro”; “PCP quer aplicação do novo regime”; “Jardim e Rui Abreu trocam acusações sobre internas”, etc.

Títulos Declarativos foram o segundo tipo e o título mais utilizado, num total de 124 (14,14%) de peças. Estes “baseiam-se numa citação (no discurso direto ou indireto) atribuída a uma personalidade ou a uma entidade exterior ao jornal)” (Serrano, 2006: 308). Tomemos como exemplo os seguintes títulos: “O papel do Estado não é matar”;

“As pessoas só votam em partidos que tenham utilidade”; “A Saúde tem de ser prioridade do Governo”; “Ficaria surpreso se o Governo não caísse na armadilha”; “Na Venezuela são violados todos os direitos humanos”.

Seguem-se os *Títulos Categoriais*, presentes em 71 (8,10%) peças. Estes títulos “indicam uma categoria ou um tema, sem sintetizar o conteúdo do artigo” (Godfroid *apud* Serrano, 2006: 308). São exemplo: “A solução dos socialistas”; “Voluntários”; “Situação da RTP na Região”; “Renovação”; “Reações e análises”.

Surgem, depois, num total de 49 (5,59%) notícias, os *Títulos Expressivos Apelativos*, que “procuram dramatizar os acontecimentos”. Alguns desses títulos¹³² foram: “Receção a emigrantes ‘incendiou’ o plenário”; “Falta de consulta pública ‘incendiou’ o plenário”; “Ferry na abertura de um ano que promete ser escaldante”.

De seguida surgem os *Títulos Informativos Explicativos*, 28 (3,19%), estes “indicam, sinteticamente, as causas ou as consequências de um acontecimento”, procuram responder à pergunta “como?” (Serrano, 2006: 307). Exemplifiquemos com os títulos: “JPP sugere que verbas para Estrada das Ginjas sejam aplicadas para garantir helicóptero”; “PSOE vence as eleições mas perde deputados”; “Jeremy Corbyn decepcionado vai se demitir”; “Ex-presidente do Sudão condenado por corrupção”.

Outro dos tipos de títulos utilizado foi o *Título Expressivo Interrogativo*, 6 (0,69%), que corresponde a títulos em forma de pergunta, como por exemplo, “Eutanásia: sim ou não?”; “Promulgação ou veto presidencial?”; “Eis a questão: E a verba para os venezuelanos?” e “Porquê Miguel Pinto Luz?”.

O tipo de Títulos menos utilizado – em apenas 3 (0,34%) notícias - foi o *Título Expressivo Formal ou Lúdico*, construído “à maneira de trocadilho”, semelhante a títulos de “filmes, de livros, de canções ou de *slogans* publicitários” (Serrano, 2006: 307), como podemos observar em “Jaulas no mar Incêndio em terra” e “Em equipa que ganha não se mexe”.

6.1.11.2) 2.ª Fase

¹³² Aquando da utilização deste género de títulos, verificamos a alusão a termos remetentes ao calor (“incêndio” e “escaldante”), como uma estratégia de dramatização do acontecimento.

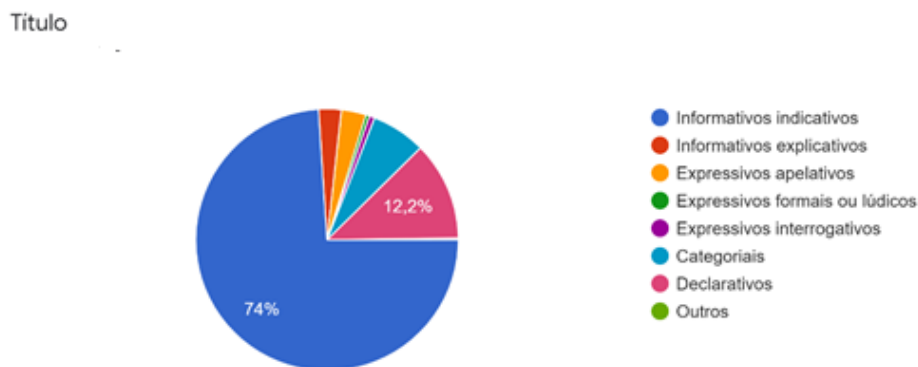


Gráfico 22 - Título - 2.ª Fase Jornal da Madeira

Na segunda fase os títulos mantiveram-se maioritariamente *Informativos Indicativos* - 662 (73,97%) - como podemos confirmar nos seguintes exemplos: “Albuquerque não pretende abrir já o Porto Santo a pensar na Páscoa”; “Marcelo quer confinamento em todo mês de março”; “PSD acusado de boicotar investimentos na Ponta do Sol”; “Albuquerque quer tudo pronto entre segunda e terça-feira”; “PS vai propor redução do IVA”; “Militantes da Ponta do Sol esperam auscultação”; etc.

Seguiram-se, mais vezes os *Títulos Declarativos* - 109 (12,18%) - como por exemplo, no recurso às seguintes citações: “O naufrágio do Titanic”; “Não há estrada, não há votos”; “A saúde está doente e não é só covid”; “Partidocracia está a asfixiar movimentos”.

Os terceiros mais utilizados foram os *Títulos Categoriais* – 60 (6,71%) - como em “Alerta aos trabalhadores”, “Propostas pela Região”; “Memorial aos antifascistas”.

Seguidos de 29 (3,24%) *Títulos Expressivos Apelativos*¹³³, 25 (2,79%) *Informativos Explicativos*¹³⁴ e 6 (0,67%) *Expressivos Interrogativos*¹³⁵.

¹³³ Exemplos: “Regozijo em volta do CINM”; “Deputados em desespero”; “CDS aplaude o despertar do PSD”; “Presidência portuguesa apoiada a 200% pela França”.

¹³⁴ Exemplos: “Mais apoio às empresas para evitar mais desemprego”; “Corte nos eleitores por mesa leva a vários ajustes na Região”; “Pandemia fez ‘disparar’ procura pelo voto antecipado”.

¹³⁵ Exemplos: “Um arquiteto para a Ponta do Sol?”; “Joe Biden ou Donald Trump. Quem irá comandar a América e o mundo?”; “Biden cada vez mais próximo da cadeira presidencial?”.

Mais uma vez, os títulos *Expressivos Formais ou Lúdicos*¹³⁶ foram os menos frequentes – 4 (0,47%).

¹³⁶ Exemplos: “Entre o ‘desnorte’ e o ‘bota-abaixo’”; “Governo puxa travão-de-mão se houver necessidade”; “Fato à medida dos empresários”.

6.2) *Diário de Notícias da Madeira*

6.2.1) Temática

6.2.1.1) 1.^a Fase

Temática

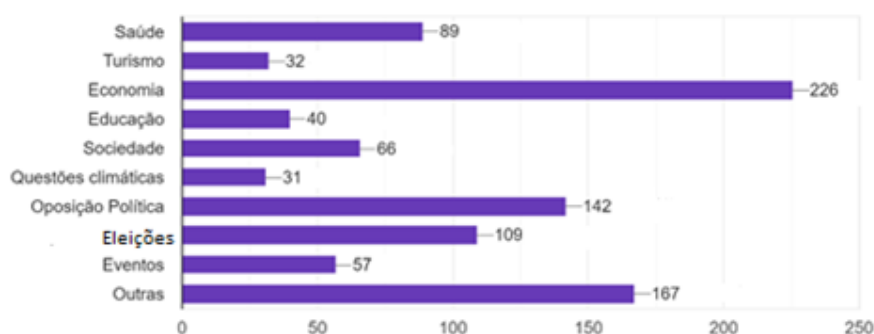


Gráfico 23 – Temática - 1.^a Fase *Diário de Notícias da Madeira*

Na primeira fase analisada do *Diário de Notícias da Madeira*, verificamos que a principal temática debatida foi a “Economia”, presente em 226 (26,65%) notícias. Assim como já tínhamos verificado no caso do *Jornal da Madeira*, também neste estiveram envolvidos nesta questão temas como os orçamentos (de Estado¹³⁷, da Região¹³⁸ e municipais¹³⁹), impostos¹⁴⁰, salário mínimo¹⁴¹, fundos e financiamentos¹⁴².

¹³⁷ Exemplos: “Orçamento de Estado vai marcar primeiro debate com Albuquerque”; “OE2020 ‘reforça coesão de todo o país’”; “OE 2020 honra compromissos com a Madeira”.

¹³⁸ Exemplos: “Calado apresenta hoje proposta de ORAM20”; “Orçamento da Região ‘revela responsabilidade’”; “PS-M diz que ORAM é ‘pouco ambicioso’”.

¹³⁹ Exemplos: “PSD aprova Orçamento do JPP em Santa Cruz”; “Orçamento de 20,7M em Câmara de Lobos passa sem votos contra”; “Câmara do Porto Santo com orçamento de 4,77 milhões de euros”.

¹⁴⁰ Exemplos: “Impostos pesam menos de 1/3 nas receitas dos municípios”; “PSD contra ‘aumento de impostos’ na CMF”; “IVA dá ‘guerra’ entre autarcas, Governo e PS”.

¹⁴¹ Exemplos: “Conselho de ministros aprova hoje salário mínimo de 635 euros em 2020”; “Marcelo não se arrepende de promulgar aumento do salário mínimo”; “Salário mínimo sobe”.

¹⁴² Exemplos: “PS exige aumento dos fundos para a Madeira”; “Madeira quer atrair mais investimentos”.

Seguiu-se, num total de 142 (16,75%) peças, a “Oposição Política”, que mais uma vez observamos ter tido destaque na troca de críticas entre PS e PSD¹⁴³, assim como nas críticas ao Governo¹⁴⁴.

Em terceiro lugar foram mais mencionadas as “Eleições”, em 109 (12,85%) peças, nomeadamente as Eleições Autárquicas¹⁴⁵, as Presidenciais,¹⁴⁶ eleições intrapartidárias¹⁴⁷ e ainda eleições no estrangeiro – caso dos Estados Unidos e do Reino Unido¹⁴⁸.

Às “Eleições” seguiu-se a questão da “Saúde”, presente em 89 (10,50%) peças. Acerca desta temática foram debatidos os tópicos do novo hospital¹⁴⁹, do papel dos médicos¹⁵⁰ e dos cuidadores informações¹⁵¹.

¹⁴³ Ainda que a oposição entre estes dois partidos se tenha verificado em ambos os periódicos, o *Diário de Notícias* não a explicitou tanto nos títulos como fez o *Jornal da Madeira*.

¹⁴⁴ Exemplos: “PSD acusa Costa de ‘chutar para canto’”; “Cafôfo culpa Albuquerque de andar em ‘marcha lenta’”; “PS diz que Governo é ‘contra-natura’”.

¹⁴⁵ Exemplos: “Coligação nas autárquicas já mexe com PSD e CDS”; “Mais Porto Santo nas Autárquicas de 2021”; “Calado desejado para a Câmara do Funchal”.

¹⁴⁶ Exemplos: “Marcelo espera Governo e oposição fortes”.

¹⁴⁷ Exemplos: “Montenegro com ligeira vantagem sobre Rio”; “PSD-M vale pouco mais do que zero na eleição nacional do partido”; “Albuquerque prepara ‘boicote’ às eleições do partido”.

¹⁴⁸ Exemplos: “Boris Johnson admite risco de falhas na maioria absoluta nas eleições de amanhã”; “Maioria absoluta para Boris Johnson”; “Julian Castro desistiu da corrida presidencial nos EUA”.

¹⁴⁹ Exemplos: “‘Referência vaga’ de Costa sobre novo hospital é ‘preocupante’”; “PSD-M pressiona Costa a garantir novo hospital”; “Contas do novo hospital ‘sem truques’ de Costa”.

¹⁵⁰ Exemplos: “PCP quer enfermeiro e médico de família para todos”; “Albuquerque disponível para receber médicos”.

¹⁵¹ Exemplos: “Sara Cerdas assume compromisso com cuidadores”; “Albuquerque quer rever carreira domiciliária”.

A quinta questão mais discutida nesta fase foi a Sociedade, em 66 (7,78%) peças, nomeadamente no que diz respeito à violência¹⁵², à pobreza e desigualdade¹⁵³, à precariedade laboral¹⁵⁴ e à habitação¹⁵⁵.

De seguida surgiram os “Eventos”, em 57 (6,62%) peças, eventos esses respeitantes a congressos¹⁵⁶, jornadas¹⁵⁷, festas e comemorações¹⁵⁸.

Deu seguimento aos “Eventos”, a questão da “Educação”, patente em 40 (4,72%) peças, na qual foram referidas a carreira docente¹⁵⁹, os manuais escolares¹⁶⁰, programas de governo¹⁶¹, e outras questões ligadas a universidades¹⁶².

O “Turismo” foi abordado em 32 (86,32%) peças, temática na qual se falou nas taxas turísticas¹⁶³ e promoção turística¹⁶⁴.

¹⁵² Exemplos: “Violência contra as mulheres motiva conferência”; “ALM debate ‘Violência contra Mulheres’”; “Mulheres socialistas pedem apoio”

¹⁵³ Exemplos: “Programa PSD/CDS ‘promove a pobreza e a exclusão social’”; “Debater desigualdades”; “Debate sobre crise na Venezuela e pobreza”.

¹⁵⁴ Exemplos: “PCP quer solução para precários da RTP-M”; “CDU lembra precários da função pública”; “Agir para combater a precariedade laboral”.

¹⁵⁵ Exemplos: “PS quer reforçar aposta na habitação social”; “PCP alerta que há famílias à espera de casa há 10 anos”.

¹⁵⁶ Exemplos: “Congresso Internacional dos Destinos Turísticos”; “CDS-M em peso no congresso nacional”; “Militantes do CDS divididos param para ir a Congresso”.

¹⁵⁷ Exemplos: “Jornadas parlamentares com todo o Governo”; “Calado nas Jornadas Parlamentares do PSD”.

¹⁵⁸ Exemplos: “Marcelo recebeu o n.º 1 da coleção ‘600 Anos’”; “Rio vem ao Chão da Lagoa apesar de castigos ao PSD-M”.

¹⁵⁹ Exemplos: “PS quer eliminações de quotas na carreira docente”; “PSD disponível para apoiar os professores”; “PS contra injustiças aos docentes”.

¹⁶⁰ Exemplos: “Manuais escolares e carreira docente”; “JS exige manuais escolares gratuitos”.

¹⁶¹ Exemplos: “Estudante InsuLar já chegou a 3.400”; “PS propõe consagração da Escola Inclusiva”; “PSD enaltece Programa Estudante InsuLar”.

¹⁶² Exemplos: “PSD desafia Costa a apoiar universidades insulares”; “JSD/M ao lado da Universidade”; “PSD quer ouvir João Sobrinho Teixeira e reitores de Universidades da Madeira e Açores devido a financiamentos”.

¹⁶³ Exemplos: “Taxa turística regional para financiar promoção”; “PS comemora taxa turística e lembra argumentos de outros contra CMF”; “Taxa turística do Funchal em consulta pública”.

¹⁶⁴ Exemplos: “Mais dinheiro para a promoção turística”; “GR promove mobilidade turística”.

Quanto às “Questões Climáticas”, estiveram presentes em apenas 31 (3,66%) peças, com foco na sustentabilidade¹⁶⁵ e alterações climáticas¹⁶⁶.

Foram ainda discutidas “Outras” questões, em 167 (19,69%) peças, nomeadamente a agricultura¹⁶⁷, mobilidade e transportes¹⁶⁸, cultura¹⁶⁹, obras públicas¹⁷⁰ e proteção civil¹⁷¹.

6.2.1.2) 2.ª Fase

Temática



Gráfico 24- Temática - 2.ª Fase Diário de Notícias da Madeira

Também na segunda etapa de análise do *DN*, continuamos a verificar a “Economia” como a temática mais debatida – total de 250 (26,28%) peças. O foco, nesta

¹⁶⁵ Exemplos: “Governo empenhado no ‘crescimento sustentável’”; “CMF intensifica aposta na sustentabilidade ambiental”.

¹⁶⁶ Exemplos: “Representante da República diz que Açores podem ter papel relevante no combate às alterações climáticas”; “Alterações climáticas em foco no Parlamento”.

¹⁶⁷ Exemplos: “CDU aborda água de rega em C.ª de Lobos”; “Governo promete mais apoios para a agricultura”; “Meio milhão de euros viabilizam 75 projetos de agricultura”.

¹⁶⁸ Exemplos: “JPP propõe audição para debater ferry”; “PSD exige a Lisboa subsídio de mobilidade”.

¹⁶⁹ Exemplos: “Mudanças na cultura”; “Cultura subalternizada”.

¹⁷⁰ Exemplos: “PS-M quer empreitadas sujeitas a consulta pública”; “PS exige obras de proteção junto às ribeiras”; “PSD anuncia obras na Calheta”.

¹⁷¹ Exemplos: “Mais medidas de apoio aos Bombeiros Voluntários”; “PSD pede eliminação do IRS para voluntários”; “Madeira avança sozinha com concurso do helicóptero”.

fase, manteve-se nos orçamentos – de Estado¹⁷², da Região¹⁷³, municipais¹⁷⁴ e participativo¹⁷⁵ –, assim como em outros quesitos de ordem financeira, entre os quais, impostos¹⁷⁶, empréstimos¹⁷⁷, dívidas¹⁷⁸, salário mínimo¹⁷⁹, investimentos¹⁸⁰, apoios¹⁸¹ e sobretudo, a recuperação económica¹⁸² necessária face à pandemia vivenciada.

Seguiu-se a questão da “Saúde”, presente em 143 (15,04%) peças. Dentro desta temática teve forte peso a pandemia, sendo que alguns dos aspetos debatidos foram referentes à Covid-19, nomeadamente o combate e contenção da mesma¹⁸³, assim como

¹⁷² Exemplos: “Mais de 50 propostas de alteração ao OE”; “Madruga da Costa destaca aprovação das propostas de alteração ao OE2021”.

¹⁷³ Exemplos: “75 propostas de alteração ao Orçamento Regional”; “Ireneu Barreto mandou promulgar ORAM 2021”.

¹⁷⁴ Exemplos: “Orçamento de Santa Cruz aprovado com 9 milhões em investimentos”; “CDS viabiliza Orçamento da Ponta do Sol”; “Orçamento de C. Lobos aprovado sem votos contra”.

¹⁷⁵ Exemplos: “Orçamento participativo recebeu 102 propostas”; “Orçamento Participativo do Funchal com votação *online*”; “Orçamento Participativo dominado pelas escolas”.

¹⁷⁶ Exemplos: “PS ouviu trabalhadores dos impostos”; “Transferência do IVA para as autarquias”; “Madeirenses vão pagar até menos 30% de impostos do que no continente”.

¹⁷⁷ Exemplos: “CDS não vê razão para empréstimo”; “Empréstimo de 5 milhões aprovado”; “Estado cobra juros sobre juros do empréstimo”.

¹⁷⁸ Exemplos: “Estado é credor de 30% da dívida da Madeira”; “Estado endividou-se em mais 3.258 milhões de euros”; “Dívida herdada do PSD reduzida a 5%”.

¹⁷⁹ Exemplos: “USAM quer salário mínimo nos 850 euros”; “Governo aplica salário mínimo no Estado”; “Acréscimo de salário mínimo nacional na RAM”.

¹⁸⁰ Exemplos: “Duas secretarias ficam metade do investimento de 800 milhões”; “Porto Moniz investe 2 milhões de euros”.

¹⁸¹ Exemplos: “Apoios chegam a 3.100 empresas”; “800 mil euros para apoiar 580 empresários de C.^a de Lobos”; “Apoio de 5 milhões a fundo perdido”.

¹⁸² Exemplos: “Tratar da pandemia e da economia”; “Recuperação económica é prioridade”.

¹⁸³ Exemplos: “Governo Regional avança com novas medidas de combate à Covid”; “País tem de estar unido para combater a covid-19”; “Combate à pandemia já consumiu 348 milhões”.

a testagem¹⁸⁴ e vacinação¹⁸⁵. Além da problemática da Covid, foram discutidos no âmbito da saúde, o hospital novo¹⁸⁶ e o papel dos enfermeiros¹⁸⁷ e cuidadores informais¹⁸⁸.

Em época de eleições presidenciais e com o aproximar das eleições autárquicas, justifica-se o facto de as “Eleições” serem a terceira questão política mais abordada. Surgindo em 160 (16,82%) peças, fizeram-se referências, não só às presidenciais¹⁸⁹ e autárquicas¹⁹⁰, como ainda, em grande número, às eleições dos Estados Unidos¹⁹¹, cuja presidência foi disputada entre o antigo presidente, Donald Trump, e o atual, Joe Biden.

Às “Eleições” seguiu-se a “Oposição Política”, com referências em 120 (12,61%) peças. Continuou-se a observar a grande oposição entre PS e PSD¹⁹², assim como o levantamento de críticas ao Governo, como “Cafôfo acusa Albuquerque de ‘desmantelar’ SESARAM”, “PS denuncia ‘maus exemplos’ do Governo” e “PS/M critica desorganização do GR”.

A questão da “Sociedade” obteve menções em 118 (12,41%) peças, nas quais foram abrangidos aspetos como o emprego e desemprego¹⁹³, a solidariedade¹⁹⁴, os

¹⁸⁴ Exemplos: “Madeira é exemplo nos procedimentos de testagem”; “JPP alerta para rastreio no aeroporto”; “Governo prorroga medida da dupla testagem”.

¹⁸⁵ Exemplos: “Vacinas custam quatro milhões”; “Madeira não quer ficar para o fim da vacinação”; “Plano de vacinação à Covid-19 preocupa PS”.

¹⁸⁶ Exemplos: “Socialistas contestam concurso do hospital”; “GR deve avançar já com novo hospital”; “Prazos do novo hospital são para cumprir”.

¹⁸⁷ Exemplos: “Contratação de enfermeiros vai continuar”; “PCP exige condições para os enfermeiros”.

¹⁸⁸ Exemplos: “PS quer mais valorização aos ajudantes domiciliários”; “PCP defende reforço da ajuda domiciliária”; “Certificar Estatuto de Cuidador Informal”.

¹⁸⁹ Exemplos: “Marcelo defende campanha ‘pela positiva’”; “50 dirigentes da Região apoiam João Ferreira”; “Houve socialistas a votar em Marcelo”.

¹⁹⁰ Exemplos: “Chega ganha balanço para eleições autárquicas”; “PSD quer Norberto Maciel em Machico”; “JSD/M rumo às eleições Autárquicas”.

¹⁹¹ Exemplos: “EUA votam hoje, mas presidente poderá ser conhecido só em 2021”; “Joe Biden ganha terreno a Trump”; “Trump diz que pode dar a volta aos resultados”.

¹⁹² Cf. Nota de rodapé 143.

¹⁹³ Exemplos: “Estrategia para salvar empregos está a falhar”; “Desemprego com apoio a fundos perdidos”; “Sara Cerdas questiona Bruxelas sobre desemprego”.

¹⁹⁴ Exemplos: “João Ferreira defende reforço da solidariedade”; “Solidariedade com as vítimas do temporal”; “Garrafa de Gás Solidária abrange 22 mil famílias”.

idosos¹⁹⁵, a violência contra a mulher¹⁹⁶, a toxicodependência¹⁹⁷, a habitação social¹⁹⁸ e outros apoios sociais¹⁹⁹.

Quanto à “Educação” apenas foi mencionada em 32 (3,36%) peças, com alusão às universidades²⁰⁰, às bolsas de estudo²⁰¹ e, também, ao impacto e medidas face à situação pandémica²⁰².

Surgiram, em seguida, as “Questões Climáticas” – em 27 (2,84%) peças. Estas questões englobaram o estudo das Ginjas²⁰³, a situação das jaulas²⁰⁴, a ação climática e ambiental²⁰⁵ e, ainda, as taxas de carbono²⁰⁶ (medida adotada para ajudar a combater a subida dos índices de carbono através de taxas acrescentadas aos preços das viagens).

O “Turismo”, abordado em 16 (1,68%) peças, teve em foco o impacto da Covid²⁰⁷ e, na mesma linha, as estratégias de promoção turística²⁰⁸.

¹⁹⁵ Exemplos: “Apoio aos idosos”; “Governo garante prioridade aos idosos”; “Complemento para idosos”

¹⁹⁶ Exemplos: “Voto de solidariedade contra a violência”; “Mulheres Socialistas homenageiam vítimas”; “Elisa Seixas protesta pela benevolência dos tribunais nos casos de violência contra mulheres”.

¹⁹⁷ Exemplos: “PSD quer atualizar listas da Lei da Droga”; “PSD reforça combate às ‘Drogas Legais’”; “Unanimidade na criminalização do tráfico de ‘bloom’”.

¹⁹⁸ Exemplos: “Habitação social do Funchal é ‘exemplo nacional’”; “28 milhões para dar casa a duzentas famílias”; “42,4 milhões investidos em Habitação Social”.

¹⁹⁹ Exemplos: “GR deve apoiar afetados do temporal”; “Apoios sociais devem suportar medidas restritivas do governo”; “Governo lança apoio extraordinário às famílias”.

²⁰⁰ Exemplos: “PS quer novos cursos via ensino na UMa”; “PSD lamenta como tem sido tratada a UMa”.

²⁰¹ Exemplos: “GR atribui mais bolsas a alunos universitários”; “10 milhões para universitários com bolsas e ‘Estudante Insular’”; “900 mil euros para Bolsas de estudo”.

²⁰² Exemplos: “Albuquerque não mexe no calendário escolar”; “Testes gratuitos a alunos e professores”; “Ireneu Barreto favorável ao encerramento das escolas”.

²⁰³ Exemplos: “À espera do estudo de impacto nas Ginjas”; “PS não deixa ‘cair’ Estrada das Ginjas”.

²⁰⁴ Exemplos: “Jaulas vão duplicar na Ribeira Brava”.

²⁰⁵ Exemplos: “GR coloca 40% dos investimentos na Ação Climática”; “PS-M quer convergência com metas ambientais”; “Boris Johnson quer proteger o clima para combater a insegurança”.

²⁰⁶ Exemplos: “Deputados aprovam taxa de dois euros aos passageiros”; “Ryanair contra nova taxa de carbono”.

²⁰⁷ Exemplos: “JPP defende seguro covid-19 para turistas”; “PS pede medidas urgentes para o turismo”; “Governo reforça a linha apoio ao Turismo”.

²⁰⁸ Exemplos: “ORAM reforça apoio à promoção turística”; “Estratégia europeia para turismo até 2050”; “JPP defende promoção da Madeira”.

Quanto aos “Eventos”, discutidos apenas 15 (1,58%) vezes, salientaram o impacto da Covid²⁰⁹.

As “Outras” questões tratadas – em 152 (15,98%) peças - foram a agricultura²¹⁰, a mobilidade e transportes²¹¹, a cultura²¹² e as obras públicas²¹³.

²⁰⁹ Exemplos: “Congresso Regional da JSD em formato digital”; “Covid-19 deixa PSD sem Chão da Lagoa”.

²¹⁰ Exemplos: “Compensações aos agricultores da Madeira”; “PS quer proteção de agricultura”; “Agricultura é ‘bandeira no combate à pandemia”.

²¹¹ Exemplos: “PCP quer intervenção do Estado na linha ferry”; “Socialistas pedem reforço dos transportes públicos”; “JPP quer povo a propor mobilidade aérea entre Madeira-Porto Santo”.

²¹² Exemplos: “GR cria nova linha de apoio à Cultura”; “Governo retifica deliberação e passa a permitir até 50 pessoas nos eventos e espetáculos”; “GR dá apoios a projetos de interesse cultural”.

²¹³ Exemplos: “Exportações e obras públicas no ‘ano da vacina”;

“CMF pede apoio ao Governo para obras na cidade”; “GR avança com a reformulação do Nó da Cancela”.

6.2.2) Partidos Políticos

6.2.2.1) 1.^a Fase

Partidos Políticos

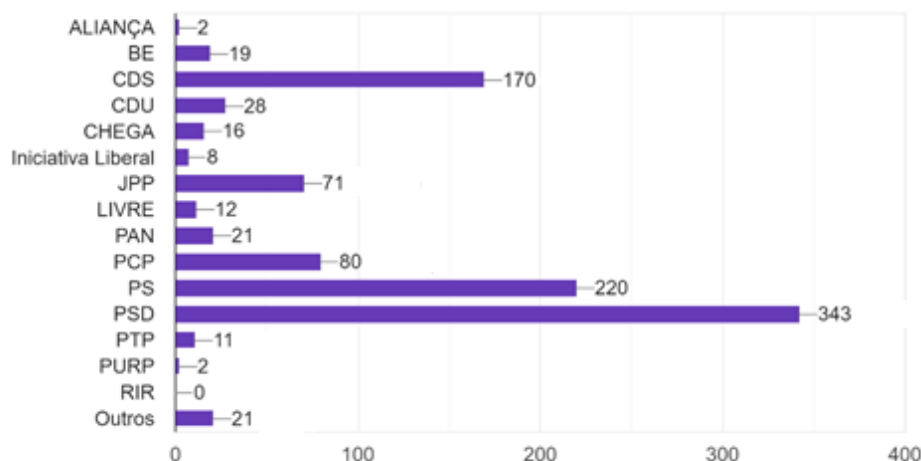


Gráfico 25 - Partidos Políticos - 1ª Fase Diário de Notícias da Madeira

Em 567 (66,86%) peças foram mencionados partidos políticos. Voltamos a verificar no *Diário* que o PSD é o partido com mais menções feitas ao longo dos jornais analisados, em 343 (40,45%) das peças. Segue-se o PS, em 220 (25,94%) peças, e o CDS, em 170 (20,05%) notícias.

Dão seguimento aos “três maiores”, o PCP, em 80 (9,43%) peças, e o JPP, em 71 (8,37%) peças, como já tínhamos observado no caso do *Jornal da Madeira*.

Todos os restantes partidos foram mencionados numa menor percentagem de peças, nomeadamente CDU, em 28 (3,30%), PAN, em 21 (2,48%), Bloco de Esquerda, em 19 (2,24%), Chega, em 16 (1,89%), Livre, em 12 (1,42%), PTP, em 11 (1,30%), Iniciativa Liberal, em 8 (0,94%), PURP, em 2 (0,24%) e Aliança, também em 2 (0,24%).

Foram, ainda, mencionados outros partidos em 21 (2,48%) peças.

6.2.2.2) 2.^a Fase

Partidos Políticos

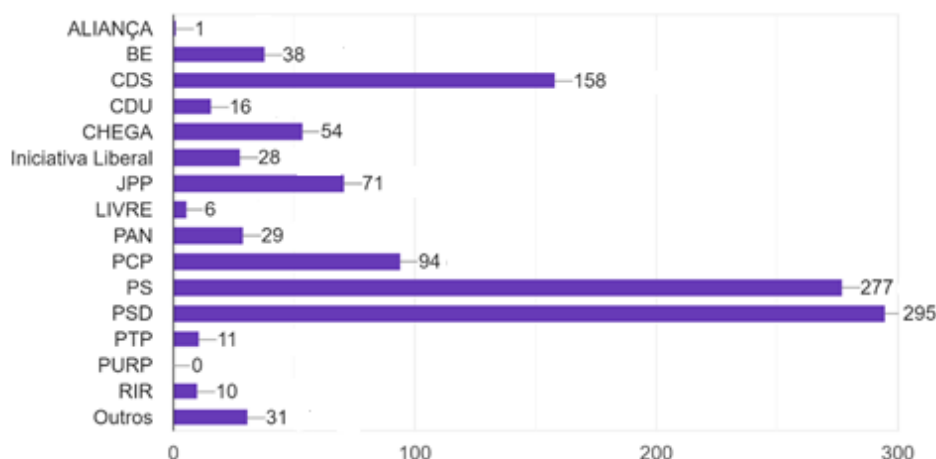


Gráfico 26 - Partidos Políticos - 2ª Fase Diário de Notícias da Madeira

Em 951 peças foram mencionados partidos em 585 (61,51%). Ainda que o PSD tenha se mantido como o partido mais mencionado - 295 (31,02%) peças - nesta fase de análise verificamos que o PS se aproximou muito mais deste primeiro partido comparativamente com a primeira fase. O Partido Socialista foi mencionado ao todo 277 (29,13%) vezes no período pandémico.

O terceiro partido mais referido continuou a ser o CDS – 158 (16,61%) peças – seguido do PCP – 94 (9,88%) – e do JPP – 71 (7,74%).

Em quinto lugar surgiu o Chega, devido à grande exposição mediática que teve no período de eleições presidenciais, com André Ventura como cabeça de lista, aparecendo em 54 (5,68%) peças, mais do triplo de menções que teve no ano anterior.

Seguiram-se o BE, o PAN, a Iniciativa Liberal, a CDU, o PTP, o RIR, o Livre e a Aliança, com 38 (4,00%), 29 (3,05%), 28 (2,94%), 16 (1,68%), 11 (1,16%), 10 (1,05%), 8 (0,84%) e 1 (0,11%) menções, respetivamente.

Outros partidos, também, mencionados – 31 (3,26%) peças - foram os Verdes, o Nós, Cidadãos!, o Mais Porto Santo e outros partidos estrangeiros.

6.2.3) Relevância

6.2.3.1) 1.^a Fase

Relevância

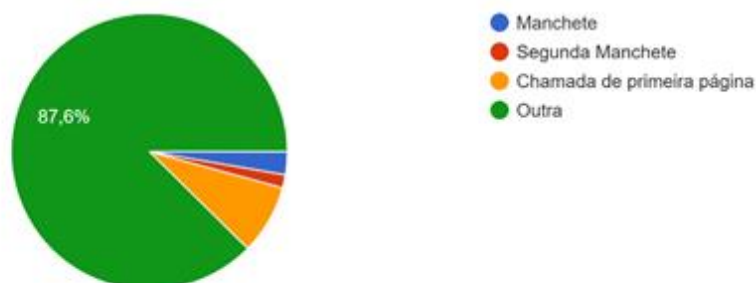


Gráfico 27 - Relevância - 1.^a Fase Diário de Notícias da Madeira

Neste parâmetro de análise verificamos que 87,62% das peças (743) não surgiram na primeira página. Das 105 peças que compuseram as primeiras páginas, 69 (8,14%) eram chamadas de primeira página, 23 (2,71%) manchetes e 13 (1,37%) segundas manchetes.

6.2.3.2) 2.^a Fase

Relevância

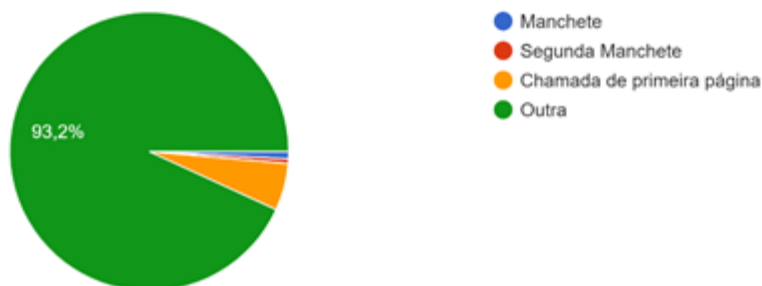


Gráfico 28 - Relevância - 2.^a Fase Diário de Notícias da Madeira

Verificamos que 93,17% das peças (886) não obtiveram relevância suficiente para aparecer na primeira página. As restantes 65 peças traduzem-se em 52 (5,47%) chamadas de primeira página, 8 (0,84%) manchetes e 5 (0,53%) segundas manchetes.

6.2.4) Tamanho

6.2.4.1) 1.ª Fase

Tamanho

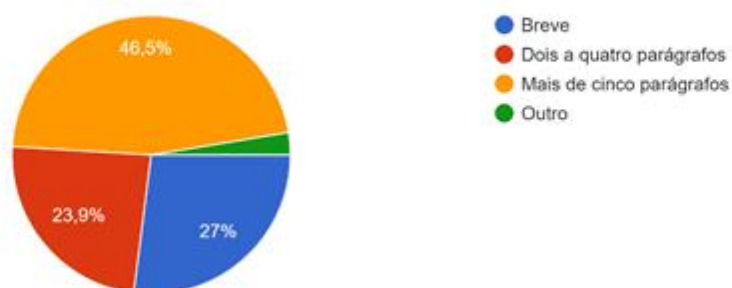


Gráfico 29 - Tamanho - 1.ª Fase Diário de Notícias da Madeira

Quanto ao tamanho podemos observar que 46,46% das peças (394) possuía mais de cinco parágrafos, 27,00% (229) eram breves e 23,94% (203) tinham entre dois e quatro parágrafos. As restantes peças, 22 (1,42%), incluídas na categoria “Outro”, ocupavam duas páginas.

6.2.4.2) 2.^a Fase

Tamanho

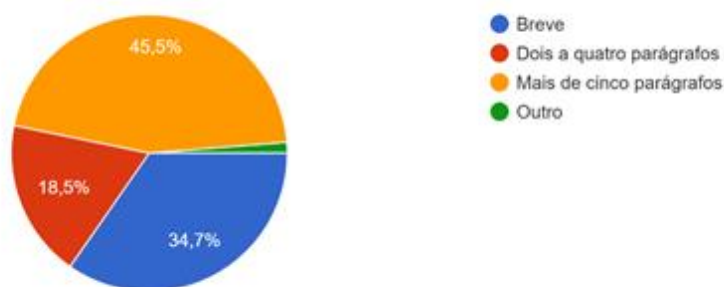


Gráfico 30 - Tamanho - 2.^a Fase Diário de Notícias da Madeira

45,53% das peças (433) continha mais de cinco parágrafos, 34,70% (330) eram breves e 18,51% (176) ocupavam entre dois e quatro parágrafos. O resto das peças, 12 (1,26%), abrangia duas páginas.

6.2.5) Valor Notícia

6.2.5.1) 1.^a Fase

Valor Notícia

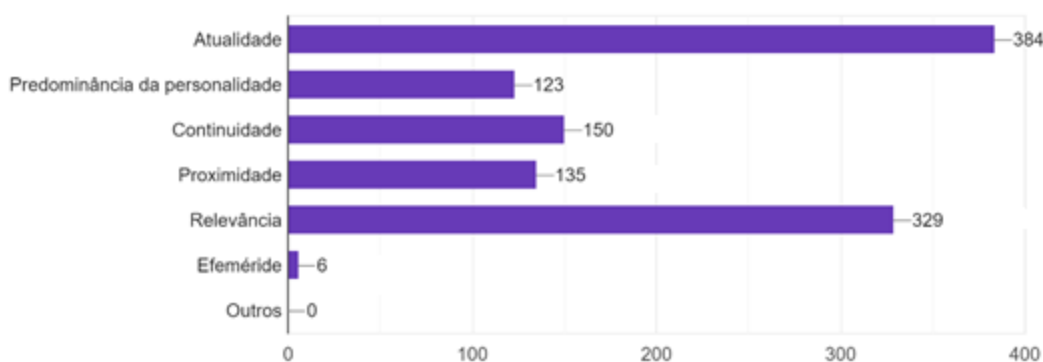


Gráfico 31 - Valor Notícia - 1.^a Fase Diário de Notícias Madeira

Verificamos que a “Atualidade” é o valor notícia mais recorrente nas peças, com 384 (45,28%) ocorrências, seguido da “Relevância”, em 329 (38,80%) casos e da “Continuidade”, em 150 (17,69%) peças.

Surge, depois, a “Proximidade”, em 135 (15,92%) peças, em que, assim como no *Jornal*, foram feitas referências a acontecimentos de determinadas localidades, como podemos observar em: “PS defende medidas para combater despovoamento das zonas rurais”; “GR reforça compromisso no Porto da Cruz”; “Pt.º Santo mais distante das decisões do Governo”; “O tempo de ‘roubar’ o povo de Santa Cruz já passou”; “PSD critica desleixo e exige mais investimento em Machico”.

Quanto à “Predominância da Personalidade”, esteve patente em 123 (4,50%) peças, nas quais foram mencionadas figuras como Marcelo Rebelo de Sousa²¹⁴ e Joacine Katar Moreira²¹⁵, a nível nacional, Miguel Albuquerque²¹⁶, Pedro Calado²¹⁷ e Alberto João Jardim²¹⁸, a nível regional, e Donald Trump²¹⁹, Macron²²⁰, Bolsonaro²²¹, Lula da Silva²²², Angela Merkel²²³, Juan Guaidó²²⁴ e Nicolas Maduro²²⁵, a nível internacional.

²¹⁴ Exemplos: “Marcelo na Madeira para os 600 anos”; “Marcelo visita tropas portuguesas em Cabul, com direito a selfies”; “Marcelo desafia o mau tempo”.

²¹⁵ Exemplos: “Joacine quer ficar no Livre”; “Joacine sem lugar na liderança do Livre”; “Joacine pode sair”.

²¹⁶ Exemplos: “Albuquerque responde a ministro”; “Albuquerque inaugura primeira Agriloja”; “Albuquerque na entrega de apoios ao IDE”.

²¹⁷ Exemplos: “Calado toma nota”; “Calado em reunião em Lisboa”; “Calado em conferência internacional”

²¹⁸ Exemplos: “Jardim aplaude regras que recriminou”; “Jardim manda recado”.

²¹⁹ Exemplos: “Aprovado inquérito para a destituição de Trump”; “Trump perde em tribunal”; “Destituição de Trump”.

²²⁰ Exemplos: “Macron e a ‘morte’ da NATO”; “Macron pede flexibilidade a Londres”; “Macron tenta acalmar tensão e recuperar apoio para mudanças nas reformas”.

²²¹ Exemplos: “Jair Bolsonaro diz que queimadas e desflorestação são algo cultural”; “Bolsonaro denunciado por crimes contra a humanidade”; “Bolsonaro acusado de genocídio”.

²²² Exemplos: “Lula pretende continuar preso”; “Lula da Silva já saiu da prisão”; “Lula é arguido por suspeita de corrupção”.

²²³ Exemplos: “Merkel visita Auschwitz”; “Candidatos à liderança da CDU de Merkel”.

²²⁴ Exemplos: “Guaidó e mais ninguém”; “Guaidó tomou posse”; “Guaidó reconhecido pelo GIC”.

²²⁵ Exemplos: “Maduro abre casa ao povo venezuelano”; “Maduro convida EU e ONU para observação das legislativas deste ano”.

Foram, ainda, referidas algumas “Efemérides”, em 6 (0,71%) peças, entre as quais referências ao aniversário do falecimento de Francisco Sá Carneiro (por exemplo, “PSD assinala 39 anos da morte de Sá Carneiro”).

6.2.5.2) 2.ª Fase

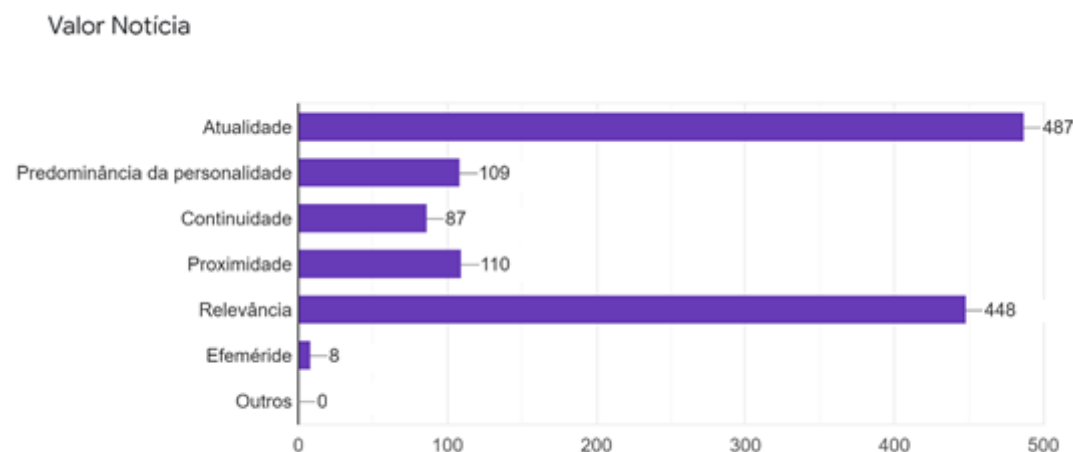


Gráfico 32 - Valor Notícia - 2.ª Fase Diário de Notícias da Madeira

A “Atualidade” continua a ser o valor mais recorrente, em 487 (51,21%) peças, seguido da “Relevância”, em 448 (47,11%).

Nesta fase o terceiro valor mais apelante foi a “Proximidade”, em 110 (11,57%) peças, com referência a factos ocorridos em determinadas regiões, como por exemplo: “PSD denuncia ‘desleixo’ de Santa Cruz”; “PS quer mais apoios comunitários para investir na Costa Norte”; “Machiquenses desinteressados”; “Albuquerque ligou a Machico e ignorou Santana”; “PS Porto Santo exige estratégia local”.

Seguiu-se a “Predominância da Personalidade”, em 109 (11,46%) peças, desta feita com referência, a nível nacional, aos candidatos presidenciais - Marcelo Rebelo de

Sousa²²⁶, Ana Gomes²²⁷, André Ventura²²⁸, João Ferreira²²⁹, Marisa Matias²³⁰ e Tino de Rans²³¹ (ainda que os dois últimos visivelmente menos referidos que os anteriores) e a nível internacional, Trump²³², Biden²³³, Merkel²³⁴, Maduro²³⁵, Putin²³⁶, Bolsonaro²³⁷.

A “Continuidade” foi valorizada em 87 (9,15%) peças.

O valor da “Efeméride” esteve ainda patente em 8 (0,84%) peças, referentes, mais uma vez, à morte de Francisco Sá Carneiro e, também, ao 20 de fevereiro.

²²⁶ Exemplos: “Marcelo na casa dos 60% esmaga na Região”; “Marcelo em terceiro nos boletins”; “Marcelo imbatível”.

²²⁷ Exemplos: “Ana Gomes está de visita à Madeira”; “Ana Gomes quer estar junto dos portugueses”.

²²⁸ Exemplos: “Boleia de Ventura baralha contas dos mais pequenos”; “Ventura fez novamente história em Portugal”; “André Ventura recebido na ALRAM”.

²²⁹ Exemplos: “João Ferreira apresenta Comissão de Apoio na Madeira”; “Candidatura de João Ferreira promoveu debate no Funchal”.

²³⁰ Exemplos: “Marisa culpa PS pelas dificuldades da esquerda”.

²³¹ Exemplos: “Tino de Rans tem mandatário na Madeira”.

²³² Exemplos: “Trump assume finalmente a derrota”; “Facebook suspende conta de Donald Trump”; “Procurador já tem as declarações fiscais de Trump”.

²³³ Exemplos: “Biden é o presidente mais velho de sempre”; “UE convida Joe Biden para cimeira presidencial”; “Biden solidário com países africanos”.

²³⁴ Exemplos: “Merkel pronta a enfrentar problemas mundiais com Biden”; “Merkel assinada 15 anos no poder como chanceler”; “Armin Laschet é o novo líder da CDU de Merkel”.

²³⁵ Exemplos: “Maduro deve ‘reconquistar’ Parlamento”; “Maduro apelou ao debate”.

²³⁶ Exemplos: “Putin aumenta impostos para rendimentos mais elevados”; “Putin felicita Biden pela vitória após votação do colégio eleitoral”.

²³⁷ Exemplos: “Bolsonaro sem medo do povo armado”.

6.2.6) Género

6.2.6.1) 1.ª Fase

Género

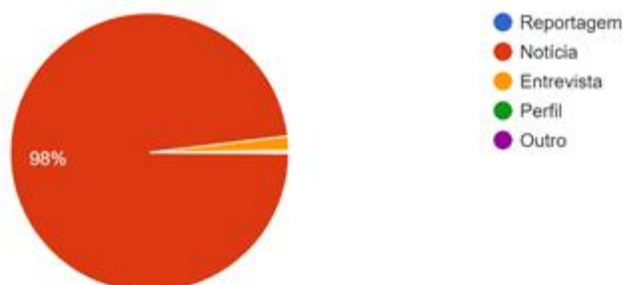


Gráfico 33 - Género - 1.ª Fase Diário de Notícias da Madeira

A esmagadora maioria das peças, 832 (98,11%), eram notícias, e as restantes 14 (1,65%) entrevistas, 1 (0,12%) reportagem e 1 (0,12%) perfil.

6.2.6.2) 2.ª Fase

Género

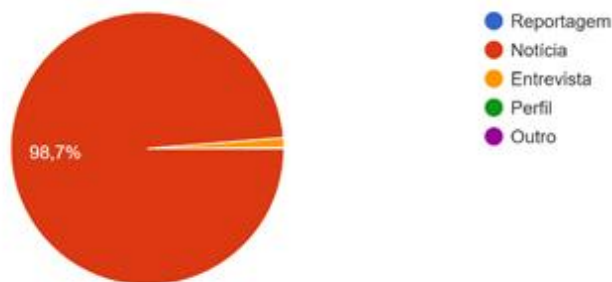


Gráfico 34 - Género - 2.ª Fase Diário de Notícias da Madeira

As peças foram quase na sua totalidade notícias, 939 (98,74%), com espaço para apenas 11 (1,16%) entrevistas e 1 (0,11%) um perfil.

6.2.7) Espaço de Ação

6.2.7.1) 1.^a Fase

Espaço de Ação

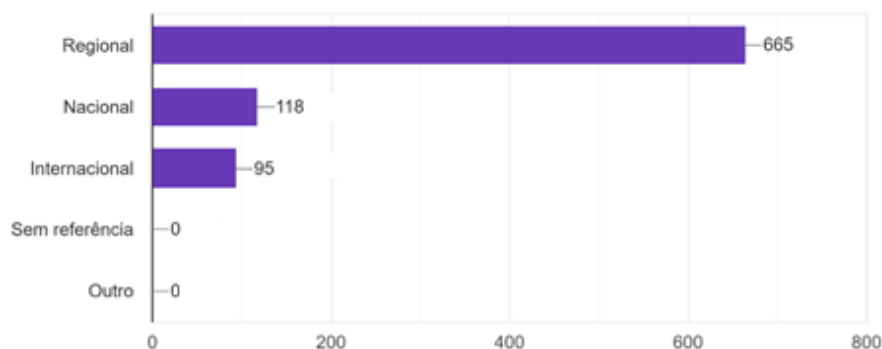


Gráfico 35 - Espaço de Ação - 1.^a Fase Diário de Notícias da Madeira

O Espaço de Ação mais referido é o “Regional”, em 665 (78,42%), seguido do “Nacional” em 118 (13,92%) peças.

Quanto ao Espaço “Internacional”, foi abordado em 95 (11,20%) notícias, nas quais foram mencionados, em maior número, a Venezuela²³⁸, os Estados Unidos da América²³⁹ e o Brasil²⁴⁰, e em menor número, a Bolívia²⁴¹, o Reino Unido²⁴², a França²⁴³

²³⁸ Exemplos: “Maduro disponível para diálogo com os EUA, mas Guaidó antecipa-se e reúne-se com Pompeo”; “Guaidó pede mais sanções à UE”; “Nova ajuda lusa para a Venezuela”.

²³⁹ Exemplos: “Trump considera ‘ridículas’ acusações de destituição”; “Congresso dos EUA aprova segunda acusação de destruição sobre Trump”; “Casa Branca violou lei ao reter fundos”.

²⁴⁰ Exemplos: “Bolsonaro ameaça vetar fundo público para campanhas eleitorais”; “Governo Bolsonaro é reprovado por 38% dos brasileiros”; “Secretário da Cultura do Brasil demitido”.

²⁴¹ Exemplos: “Presidente da Bolívia demite-se”; “Bolívia reconhece Guaidó”; “Eleições na Bolívia”.

²⁴² Exemplos: “Partido do Brexit recua para favorecer conservadores”; “Brexit discutido sexta-feira”; “Parlamento britânico aprova Brexit a 31 de janeiro”.

²⁴³ Exemplos: “Governo Francês recua na reforma do sistema de pensões”; “Marie Le Pen é candidata”.

e foram ainda feitas algumas menções Guiné-Bissau²⁴⁴, Espanha²⁴⁵, Bósnia²⁴⁶, China²⁴⁷ e Irão²⁴⁸.

6.2.7.2) 2.ª Fase

Espaço de Ação

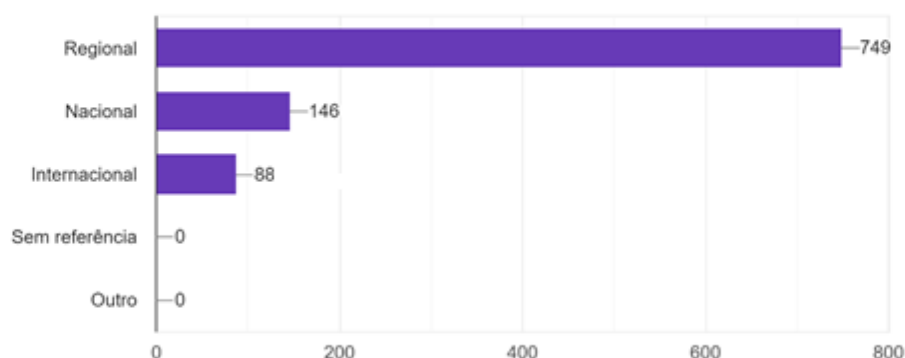


Gráfico 36 - Espaço de Ação - 2.ª Fase Diário de Notícias da Madeira

A grande maioria das peças continua a ter como espaço de ação a Região – 749 (78,76%) peças – seguido do espaço Nacional – 146 (15,35%) peças.

Quanto ao espaço Internacional, mencionado em 88 (9,3%) das peças, referiu-se, sobretudo a países como os Estados Unidos da América²⁴⁹, o Reino Unido²⁵⁰, o Brasil²⁵¹

²⁴⁴ Exemplos: “Guiné-Bissau a postos para ‘presidenciais’”; “Guiné-Bissau a votos”.

²⁴⁵ Exemplo: “Acordo em Espanha”.

²⁴⁶ Exemplo: “Zoran Tegeltija designado primeiro-ministro da Bósnia”.

²⁴⁷ Exemplo: “Pequim nomeia novo representante para resolver crise”.

²⁴⁸ Exemplo: “EUA e Irão à beira da guerra”.

²⁴⁹ Exemplos: “Pensilvânia é estado decisivo”; “Governo dos EUA continua execuções de pena de morte”; “Secretária de Tesouro dos EUA reconhece que vêm aí ‘meses difíceis’”.

²⁵⁰ Exemplos: “Posições do Reino Unido e EU ainda muito distantes em relação ao Brexit”.

²⁵¹ Exemplo: “Índigenas levam Bolsonaro ao Tribunal Penal Internacional”.

e a Venezuela²⁵², e ainda, Itália²⁵³, Cuba²⁵⁴, Coreia do Norte²⁵⁵, Cabo Verde²⁵⁶ e Bolívia²⁵⁷.

6.2.8) Assinatura

6.2.8.1) 1.ª Fase

Assinatura

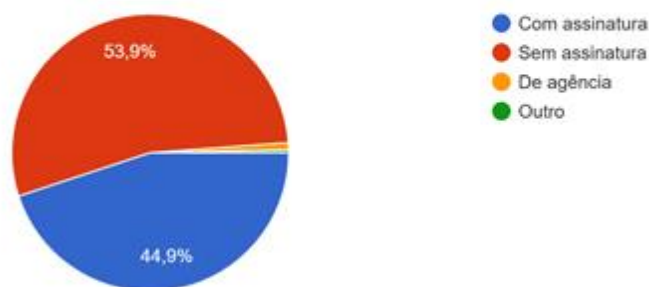


Gráfico 37 - Assinatura - 1.ª Fase Diário de Notícias da Madeira

A maioria das peças não tinha assinatura, 53,89% (457). 381 (44,93%) eram assinadas e 10 (1,18%) de agência.

²⁵² Exemplos: “Venezuela não cumpriu processo democrático”; “Maduro nega presença de guerrilheiros”; “Oposição venezuelana agradece à UE”.

²⁵³ Exemplos: “Giuseppe Conte garante maioria simples no senado na Itália”; “Presidente da Itália propõe Governo de Emergência por Mário Draghi”; “Draghi tomou posse”.

²⁵⁴ Exemplo: “Partido Comunista de Cuba anuncia congresso e saída do poder de Raul Castro”.

²⁵⁵ Exemplo: “Kim Jong Un agradece apoio dos norte-coreanos ‘em tempos difíceis’”.

²⁵⁶ Exemplo: “Cabo Verde com eleições a 18 de abril e a 17 de outubro”.

²⁵⁷ Exemplo: “Evo Morales reafirma que saiu da Bolívia por causa de um golpe de estado”.

6.2.8.2) 2.^a Fase

Assinatura

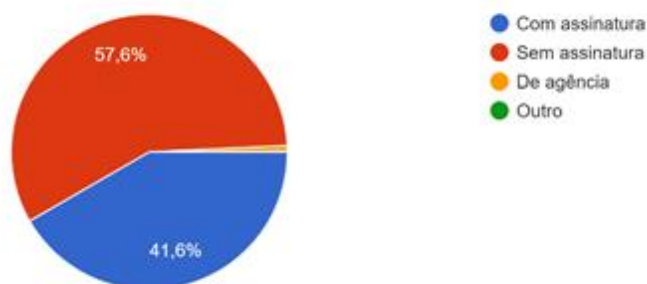


Gráfico 38 - Assinatura - 2.^a Fase Diário de Notícias da Madeira

A maior parte das peças não era assinada, 548 (57,62%). 396 (41,64%) tinham assinatura e 7 (0,74%) eram de agência.

6.2.9) Fontes de Informação

6.2.9.1) 1.^a Fase

Fontes de Informação

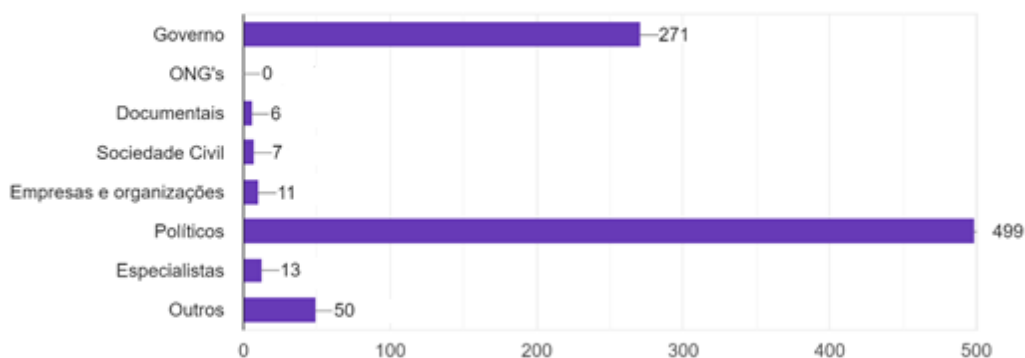


Gráfico 39 - Fontes de Informação - 1.^a Fase Diário de Notícias da Madeira

A maioria das fontes a que o *DN* recorreu, 495 (58,37%) foram “Políticas”, seguidas de fontes do “Governo”, 267 (31,49%). Seguiram-se as “Fontes Especialistas”, 13 (1,53%), as “Empresas e Organizações”, 11 (1,30%), a “Sociedade Civil”, 7 (0,83%),

e as “Documentais”, 6 (0,71%). As restantes 50 (5,90%) peças não tinham identificação de fontes de informação.

6.2.9.2) 2.ª Fase

Fontes de Informação

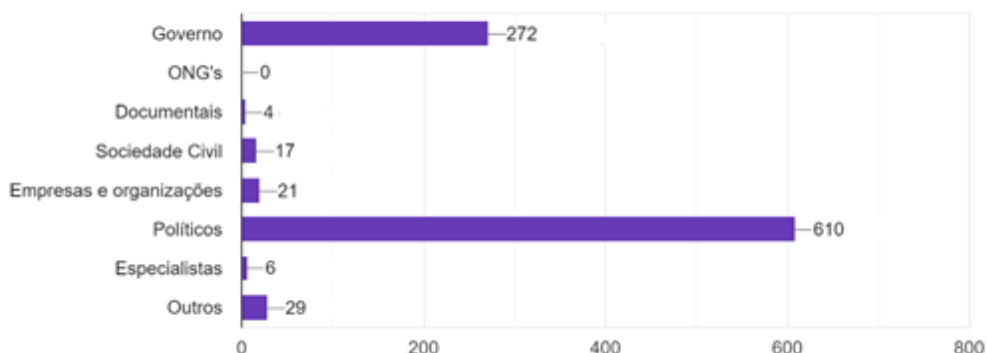


Gráfico 40 - Fontes de Informação - 2.ª Fase Diário de Notícias da Madeira

Continuamos a verificar que as fontes “Políticas” foram às que mais recorreram, em 610 (64,14%) peças, seguidas das fontes do “Governo”, 272 (28,60%). 21 (2,21%) provinham de “Empresas e Organizações”, 17 (1,79%) da “Sociedade Civil”, 6 (0,63%) de “Especialistas” e 4 (0,42%) “Documentais”. As restantes 29 (3,05%) peças, enquadradas na categoria “Outro”, não possuíam quaisquer referências à fonte de informação.

6.2.10) Imagem

6.2.10.1) 1.^a Fase

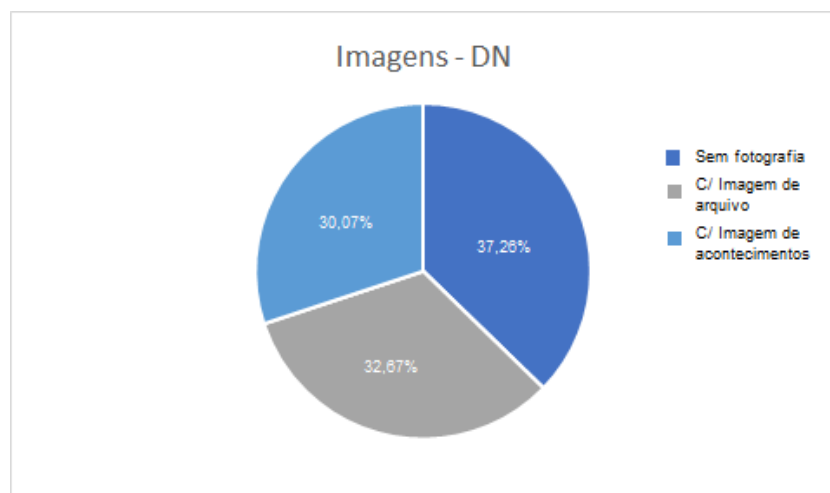


Gráfico 41 - Imagem - 1.^a Fase Diário de Notícias da Madeira

Mais de metade das peças, 532 (62,74%), era acompanhada de fotografia, das quais 277 (32,67%) eram de arquivo e 255 (30,07%) de acontecimentos. As restantes 316 (37,26%) peças não eram ilustradas.

6.2.10.2) 2.^a Fase

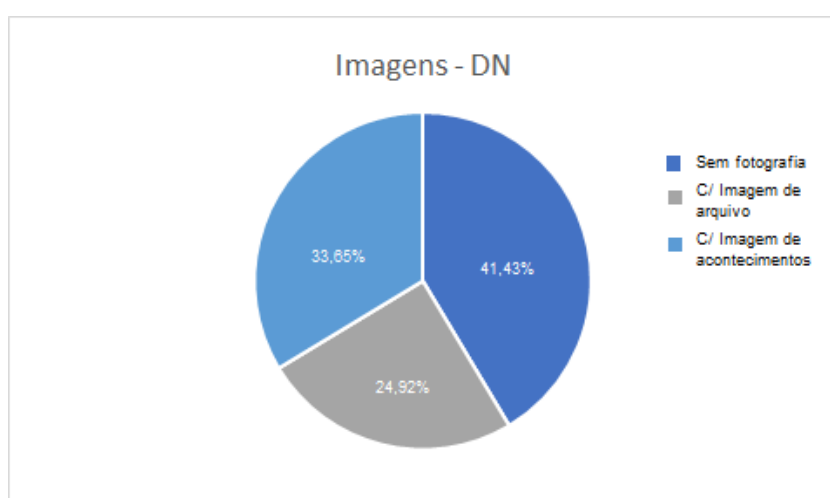


Gráfico 42 - Imagem - 2.^a Fase Diário de Notícias da Madeira

Verificamos que a maioria das peças – 557 (58,57%) – era ilustrada, das quais 320 (33,65%) eram imagens de acontecimentos e 237 (24,92%) imagens de arquivo. As restantes 394 (41,43%) não possuíam fotografia.

6.2.11) Título

6.2.11.1) 1.ª Fase

Título

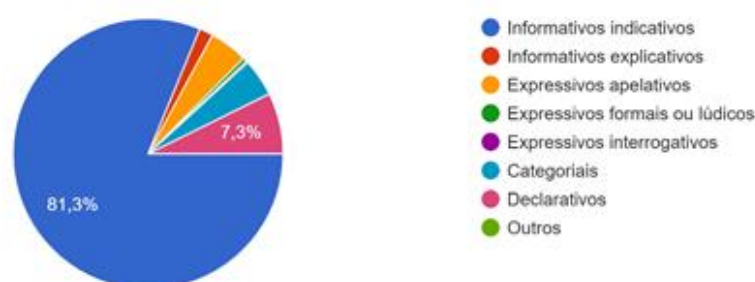


Gráfico 43 - Título - 1.ª Fase Diário de Notícias da Madeira

Quanto aos títulos, podemos observar que a grande maioria, 689 (81,25%), eram *Títulos Indicativos*, como por exemplo, “Parlamento regressa na próxima semana”; “PS pede ao GR obras na Escola de Água de Pena”; “Governo Regional faz dez pedidos a Costa e Centeno”; “Candidatos à liderança do PSD em debate a 4 de dezembro”; “CMF conquista aliados de peso em Vila Real”; “Orçamento da Região debatido de 20 a 23 de janeiro”; “Primeiro Orçamento PSD/CDS arranca hoje”; etc.

Seguiam-se os *Títulos Declarativos*, em 7,31% das peças (62), entre os quais “Madeira é maltratada muitas vezes”; “Casamento de conveniência pode acabar em amor”; “Não é este o rumo que o Funchal precisa”; “A euforia é péssima conselheira” e “Muitas vezes votava contra os meus ideais”.

Surgiram de seguida os *Títulos Expressivos Apelativos*, em 39 (4,60%) peças, entre os quais “Aniversário fica marcado pelo ‘calor’ da Venezuela”; “Financiamento das autarquias dá briga”; “Troca de ‘chumbo’”; “Luta pelo ‘título’ de maior irresponsável” e “Saúde continua a sacudir Parlamento”.

Os *Títulos Categoriais* foram os quartos mais utilizados, 38 (4,48%), com exemplo em “Porto Santo”; “Ensino Particular”; “Setor Público”; “Comunicação” e “Alteração”.

Depois surgiram 14 (1,65%) *Títulos Informativos Explicativos*, entre os quais “Direção clínica na mão do CDS motiva reparos”, “Cafôfo no fórum da diáspora para manter trabalho”, “CDS tira Mário Pereira da ALM fazendo entrar Ana Monteiro”.

Os *Títulos Formais ou Lúdicos* foram apenas utilizados 4 (0,47%) vezes, como no caso “Foi grande a AZIA contra a aqualcultura”, no qual foi usado o acrónimo de uma associação para descrever o sentimento ocorrido no acontecimento.

Por fim, surgiram ainda *Títulos Expressivos Interrogativos*, em 2 (0,24%) peças nomeadamente, “Quem dá mais?!” e “Onde esteve o ‘amor’ do CDS nos últimos 40 anos?”.

6.2.11.2) 2.ª Fase

Titulo

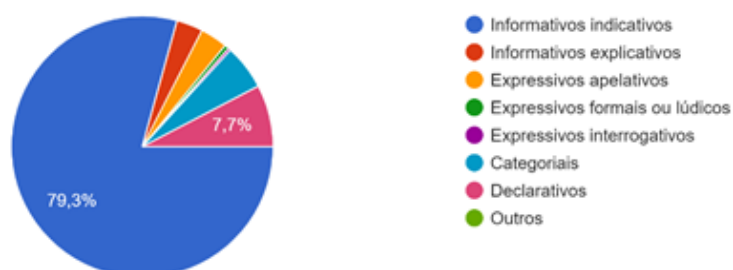


Gráfico 44 - Título - 2.ª Fase Diário de Notícias da Madeira

Os *Títulos Indicativos* continuam a dominar as peças, 79,28% (754). São exemplos: “São Vicente aprova Orçamento para 2021”; “Albuquerque defende adiamento das eleições presidenciais”; “ Assembleia do Funchal adiada para 11 de março”; “PSD quer ação contra massacre em Moçambique”; “Parlamento europeu quer tirar 700 mil sem-abrigo da rua até 2030”; “Biden vai anunciar amanhã os novos membros do governo”, etc.

Seguem-se os *Títulos Declarativos*, 73 (7,68%), entre os quais: “Prefiro ir sozinho do que ser obrigado a ficar de boca calada”; “ARM tornou-se num testa-de-ferro do PSD”; “Em momentos cruciais o PS vota contra a Madeira”; “Quando sentes que não és parte de solução alguma, és problema”; “Não decidir era uma tragédia”.

O terceiro tipo de títulos mais recorrente é o *Categorial*, 53 (5,57%) das peças. Exemplos: “A visão do PS”; “Fundos europeus”; “Falta de investimento”; “Pandemia, cultura e iluminação”; “Lei da Droga na ALM”.

Surgem depois 32 (3,36%) títulos *Expressivos Apelativos*, como por exemplo: “Muita areia para quem não tem paciência”; “Lisboa e Madeira evitam fazer guerra com pandemia”; “Ventura ‘pisca o olho’ ao Parlamento”; “Deputados já ‘aquecem’ para debate ao Orçamento”; “Orçamento covid ‘cheira’ a votos”.

Seguem-se 31 (3,26%) títulos *Informativos Explicativos*, entre os quais “Mobilizar partidos para aprofundar autonomia”, “Governo admite atraso no apoio a famílias e a empresas se fundos europeus tardarem”, “Pré-reformas que o Governo propõe cortam 34 a 52% do rendimento”.

Os títulos *Expressivos Formais ou Lúdicos* foram 5 (0,53%), entre os quais “Marceloquistão”; “Teleférico passou ao lado”; “Bazuca só dispara depois do Verão”. E os títulos *Expressivos Interrogativos*, 3 (0,32%), “Como pedir voto antecipado em mobilidade?”; “Poderá o grupo Pestana regressar à gestão do CINM?”; “Quem andou aos ziguezagues na estrada das Ginjas?”.

7) Análise de dados

Com este estudo concluímos que o principal foco das notícias políticas publicadas esteve relacionado com a Economia, tanto antes como durante a pandemia, ainda que na primeira fase de análise tenha sido a Oposição Política a obter mais destaque nas páginas do *Jornal da Madeira*. Os orçamentos, de Estado e da Região, foram os aspetos mais mencionados ao longo de toda a análise.

Verificamos que o impacto da Covid-19 esteve patente em diversas notícias. Na fase pandémica, em que o número de peças aumentou, o “palco” dado à Saúde alargou e nas questões económicas, debateu-se, na segunda fase, esse mesmo impacto bem como a urgência de recuperação económica. A nível do Turismo, na primeira fase de análise, em ambos os periódicos analisados, as matérias publicadas diziam respeito, sobretudo, às estratégias de promoção turística, enquanto na segunda fase direccionaram-se mais para as possíveis formas de reverter a situação atual do turismo na região. Quanto à Educação, cujo foco primeiramente esteve ligado ao ensino superior, na segunda fase foi dada maior ênfase ao impacto da pandemia. Os Eventos também perderam destaque nesta fase, até porque muitos deles foram cancelados.

No que diz respeito à Sociedade, enquanto no *Jornal da Madeira* foi menos mencionada na segunda fase do que na primeira, o oposto se verificou no *Diário*. No entanto, em ambos jornais a toxicodependência e a solidariedade foram o foco da segunda fase, já as Questões Climáticas obtiveram pouca relevância em ambos jornais.

Verificamos que a Oposição Política foi uma grande aposta dos dois jornais, visto que se deu muita abertura para a troca de acusações e críticas entre partidos, mas com o coronavírus a ganhar destaque na segunda fase, a oposição política perdeu relevância. Ainda assim, podemos observar que o *Jornal da Madeira* tornou essa oposição mais evidente do que o *Diário*, isto porque a salientou muito mais nos títulos.

Confirmamos, assim, que, sobretudo aquando do período eleitoral, os jornalistas apostaram na promoção do debate entre adversários políticos, tal como explicava Salgado (2010: 40), contribuindo assim “para delinear a campanha eleitoral”.

Ainda na mesma linha de raciocínio, verificamos que as Eleições foram mais destacadas na segunda fase, isto por coincidir com a época de eleições presidenciais e de estarem próximas as eleições autárquicas. Além destas, a nível internacional abrangeu também as eleições presidenciais dos Estados Unidos da América. Na segunda fase, à exceção da Economia, que, como já mencionamos, foi a questão mais destacada, o foco esteve dividido entre as Eleições e a Saúde, isto por se tratar das duas questões atuais da agenda política.

Já no que respeita aos Partidos Políticos, observamos que o PSD foi o partido mencionado mais vezes, ainda que na segunda fase o PS tenha estado mais próximo do primeiro lugar, em comparação com a fase anterior. Vimos também que o CDS foi sempre o terceiro partido mais mencionado, seguido do JPP e do PCP, isto por se tratar dos partidos com membros eleitos na Assembleia Regional.

Ainda que na segunda fase, devido às eleições presidenciais, o RIR, o BE e a Iniciativa Liberal tenham subido no número de menções, o grande destaque foi para o CHEGA, isto devido ao mediatismo adquirido por André Ventura. O contrário se verificou relativamente à Iniciativa Liberal, que “perdeu terreno” devido à perda de mediatismo de Joacine Katar Moreira.

Verificamos também que, a nível da primeira página, o *Jornal da Madeira* deu mais relevância às notícias de cariz político comparativamente com o *Diário*, ao introduzir, em ambas as fases, um maior número de peças na primeira página, ainda que o segundo tenha produzido uma maior percentagem de manchetes.

Quanto ao tamanho, verificamos também que o *Jornal* aposta mais nas peças entre dois e quatro parágrafos, enquanto o *Diário* recorre com mais frequência às peças com mais de cinco parágrafos. Já as breves também são mais utilizadas pelo *Diário*.

Constatamos, também, que a Atualidade e a Relevância foram os valores notícia mais recorridos, que o *Jornal da Madeira* recorre mais à Proximidade do que o *Diário* e que a Continuidade foi mais utilizada na primeira fase, provavelmente pela ausência de novidade. Em ambos os jornais e fases fez-se notar a predominância da personalidade,

essencialmente no que diz respeito a figuras políticas mediáticas. Já as efemérides foram pouco utilizadas.

Quanto ao Género, concluímos que as “Notícias” são o género mais frequente e que o *Diário* apostou mais nas entrevistas, especialmente devido ao aproximar das eleições, numa tentativa de possibilitar um maior debate e esclarecimento aos candidatos e apoiantes. Já o *Jornal da Madeira* faz uma aposta maior nos perfis, ainda que pouco significativa.

Sendo ambos os períodos de carácter regional, sabíamos de antemão que o espaço mais trabalhado seria o regional e tal se verificou, pelo que podemos observar a importância da proximidade, neste tipo de imprensa, tal como mencionava Ribeiro (2005: 48), “ao tratar de temas diretamente relacionado com o público, permite que a população participe do desenvolvimento local: reclamar dos direitos políticos e administrativos, fiscalizando o poder político”. O espaço nacional foi o segundo mais mencionado e o internacional focou sobretudo em países de emigrantes, como a Venezuela, o Brasil e o Reino Unido, além dos Estados Unidos que também obteve muito mediatismo.

De assinalar, também, que, em ambos os jornais, a maioria das peças não era assinada e que as fontes de informação foram maioritariamente entidades políticas, seguidas de fontes do governo. Verificamos, aqui, o que acima falamos, acerca de ser a comunicação política a facultar a maioria das informações aos jornalistas e não estes a fazer o processo de investigação, tal como explicava Schmitz (2011b: 11), “cada vez mais as fontes fornecem conteúdos prontos para uso”, uma vez que, lembrando as palavras de Chaparro (2002: 49), as fontes “agem como agentes geradores de notícias”. Constatamos, também, “a preferência dos jornalistas pelas fontes oficiais”, descrita por Almeida (2010). Além disso, a maioria das peças era acompanhada de imagens, ainda que maioritariamente de arquivo, provavelmente por se tratar de algumas informações fornecidas aos jornalistas que não as terão presenciado.

Quanto aos títulos, constatamos que a grande maioria foram *Títulos Indicativos*, seguidos dos *Títulos Declarativos* e depois dos *Títulos Categrorais*. O facto de os *Títulos Declarativos* terem sido os segundos mais recorrentes, leva-nos a confirmar aquilo que Minogue (1996) relata acerca dos dois pilares da política (persuasão e debate), uma vez

que, segundo a autora, “os políticos são recordados pelas suas frases”, frases essas que, nos casos estudados, serviram para destacar parte das peças analisadas.

Conclusão

A sociedade portuguesa mudou muito nos últimos tempos. No entanto, com este trabalho, verificámos que a política sempre esteve presente nos jornais portugueses. De facto, na primeira parte da nossa investigação, constatámos que a política ocupava um papel central nos periódicos oitocentistas. Atualmente, ultrapassados períodos de censura exacerbada, o jornalismo verifica-se independente face à política. Porém, verificamos que na relação entre fontes e jornalistas, na qual ambos possuem interesses que se cruzam, existe uma certa dependência de um para com o outro, sendo esta realidade ainda mais evidente na imprensa local e regional, caracterizada pela proximidade.

A escolha do tema desta dissertação surgiu, sobretudo, da curiosidade em perceber como os jornais madeirenses procedem ao tratamento das notícias de foro político, uma vez que a Madeira é uma região sobre a qual se desenvolveu pouco estudo acerca da imprensa, até agora.

Graças às tecnologias que hoje dispomos, as barreiras impostas pela pandemia puderam ser superadas no processo de pesquisa efetuado para este estudo. No que diz respeito à recolha de dados para análise, foi-nos possível fazê-lo através do acesso aos *sites* de ambos os jornais que dispõem de um arquivo de edições impressas disponíveis para consulta digital para os assinantes. Toda a recolha de dados foi, portanto, elaborada via internet, sem qualquer necessidade de deslocação. A única limitação ocorrente por conta da pandemia deu-se na pesquisa teórica, uma vez que parte da consulta bibliográfica foi efetuada em bibliotecas e os horários eram reduzidos.

Sendo a Madeira uma região autónoma não poderia deixar de possuir um jornalismo para si direcionado. Apesar de se incluir no território português, possui as suas próprias políticas e, assim, necessita de informação sobre si e para os seus direcionadas, uma vez que o jornalismo nacional se dirige a todo o país, abordando apenas superficialmente as temáticas direcionadas a esta região.

A investigação sobre a relação entre jornalismo e política é, na nossa opinião, essencial para a compreensão do espaço público contemporâneo. Sabemos que compete ao jornalismo fazer chegar aos cidadãos a realidade que os rodeia e nisso, engloba-se,

obviamente, a política. É direito dos cidadãos estarem informados sobre as decisões e ações políticas que sobre as suas vidas terão consequências, cabe aos jornalistas fazê-lo e a nós, investigadores, procurar perceber como é que se dá este processo.

Concluímos, também, que os dois periódicos se assemelham na maioria dos aspetos estudados. Ambos priorizam as políticas ligadas à economia nas temáticas abordadas e dão mais enfoque aos mesmos partidos políticos. Além disso, dão mais destaque a outras temáticas nas suas manchetes do que propriamente a temas políticos, assim como recorrem às mesmas fontes de informação e ao mesmo género de títulos, além de ambos possuírem mais peças sem assinatura do que assinadas e os dois ilustram as peças na maioria dos casos.

No entanto, existem diferentes apostas por parte dos dois no que diz respeito a alguns aspetos editoriais. Constatamos que ambos diferenciam no tamanho das peças, enquanto o *Jornal* disponibiliza dois a quatro parágrafos para expor determinada notícia, o *Diário* fá-lo numa breve, por exemplo. Também observamos que o *Jornal* foca mais no valor da proximidade do que o *Diário* na produção das suas notícias. Com isto compreendemos que o *JM* promove mais a aproximação do leitor ao acontecimento e que faz uma transmissão mais detalhada dos acontecimentos. Por sua vez, o *Diário* aposta mais em entrevistas, sobretudo no que diz respeito à campanha eleitoral e, ainda que ambos tenham mais peças sem assinatura, a diferença entre o número de peças assinadas e não assinadas é mais evidente no *Jornal*, o que demonstra uma maior preocupação por parte do *Diário* em investigar mais a fundo os acontecimentos e confrontar as fontes.

Se por um lado a questão das redações pequenas e com poucas condições tem se relevado um obstáculo aos média regionais no geral, e por vezes interferente na qualidade do jornalismo produzido, neste caso isso não se verifica, pois ambas as redações são dotadas de vários profissionais (a redação do *Diário de Notícias da Madeira*, à data de hoje, conta com 16 jornalistas, o *Jornal* não fornece números concretos).

Ao contrário do que seria de esperar, a pandemia não modificou em grande escala aquilo que foi publicado. Passado um ano entre a primeira e a segunda fase de análise, averiguamos que apenas as temáticas políticas abordadas sofreram grandes alterações, tendo as políticas ligadas à saúde pública ganho destaque nas páginas destes jornais.

Verificamos, também, que apesar de deterem diminuído os eventos políticos onde os jornalistas acediam a informações transmitidas pelos políticos, os últimos continuaram a promover formas de comunicar com os jornalistas, como por exemplo, através de conferências de imprensa *online*. A nível da estruturação dos jornais, das preferências editoriais e dos contactos com as fontes apuramos que se mantêm de um ano para outro e que são sobretudo as fontes a facultar a informação aos jornalistas e não estes a investigar.

Esta investigação constitui um pequeno contributo para o campo da investigação do jornalismo político e da imprensa regional e deve, por isso, ser alargada e ter continuidade. Trata-se de um estudo que vêm trazer uma perspetiva sobre a realidade do jornalismo político praticado na imprensa escrita na Região Autónoma da Madeira e seria, significativa, alargar futuramente esta pesquisa, de modo a possibilitar a criação de mais informação acerca desta temática sobretudo nesta região ainda pouco estudada, pois ainda há tanto a ser explorado, como por exemplo, a cobertura que estes jornais fazem da política nas redes sociais.

Referências Bibliográficas

- Abreu, A. A. (2003). Jornalismo Cidadão. In *Estudos Históricos*, 31(1), 25-40. Consultado a 2 de março de 2021. Disponível em <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2185>
- Almeida, B. (2010). Casamento de conveniência: a relação entre fontes e jornalistas. In *Comunicação & Informação*, 13(2), 30-40. Consultado a 15 de junho de 2021. Disponível em <https://doi.org/10.5216/c&i.v13i2.20709>
- Baptista, C. (2012). *Apogeu, Morte e Ressurreição da Política nos Jornais Portugueses – do Século XIX ao Marcelismo*. Lisboa: Escritório Editora
- Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70
- Barreto, E. (2006). Jornalismo e política: a construção do poder. In *Estudos em Jornalismo e Mídia*, III(1), 12-22. Consultado a 2 de fevereiro de 2021. Disponível em <https://doi.org/10.5007/%25x>
- Brinca, P. (2012). Jornalismo de proximidade e participação. Por uma dieta equilibrada de informação, contra a fast-information. In J. C. Correia (Org.). *Ágora – Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades*. (pp. 34-34). Covilhã: LabCom Books
- Cádima, F. (2013). Imprensa, poder e censura. Elementos para a história das práticas censorias em Portugal. In *Media&Jornalismo*, 9(4), 101-129.
- Camponez, C. (2012). Jornalismo regional: proximidade e distanciamientos. Linhas de reflexão sobre uma ética de proximidade no jornalismo. In J. C. Correia (Org.). *Ágora – Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades*. (pp. 35-48). Covilhã: LabCom Books.
- Campos, M. F. (2016). O que é poder político? In M. Silva, M. F. Campos & A. O. Silva (Coord). *O que é poder político?* (pp. 52-90). Lisboa: Escolar Editora
- Carvalho, J. (1996). *Os media e os poderes locais*. Consultado a 15 de março de 2021. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/carvalho-ricardo-Media-poder.pdf>
- Carvalho, A. (1999). *A censura à Imprensa na Época Marcelista*. Coimbra: Minerva
- Chaparro, M. (2002). Cem anos de assessoria de imprensa. In J. Duarte (Org.). *Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia – Teoria e Técnica* (2.ª ed., pp. 33-51). São Paulo: Atlas.
- Cook, T. E. (2011). O jornalismo político. In *Revista Brasileira de Ciência Política*, 6, 203-247. Consultado a 27 de janeiro de 2021. Disponível em <https://www.scielo.br/j/rbcpol/a/pj7NTsz4Qxsj8wrDLqv7QDS/abstract/?lang=pt>

Correia, J.C. (2012). *As múltiplas faces da imprensa regional portuguesa: o jornalismo regional no contexto da comunicação comunitária*. REDES, 17(1), 5. Consultado a 17 de setembro de 2020. Disponível em [https://labcom.ubi.pt/publicacoes/20190419649-](https://labcom.ubi.pt/publicacoes/20190419649-as-multiplas-faces-da-imprensa-regional-revista-redes.pdf)

[as-multiplas-faces-da-imprensa-regional-revista-redes.pdf](https://labcom.ubi.pt/publicacoes/20190419649-as-multiplas-faces-da-imprensa-regional-revista-redes.pdf).

Correia, J. (2019). *Média, Informação e Democracia*. Coimbra: Almedina.

Cunha, I. F., & Peixinho, A. T. (2020). *Análise dos Média*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.

Decreto de aprovação da Constituição da República Portuguesa, Artigo 38.º (liberdade de imprensa e meios de comunicação social). *Diário da República* n.º 86/1976, Série I de 1976-04-10. Consultado a 9 de setembro de 2021. Disponível em <https://dre.pt/web/guest/legislacao-consolidada/-/lc/337/201903120346/73938557/diploma/indice>

Espírito-Santo, P. (2012). O debate político e a política-espetáculo. Análise dos debates televisivos das eleições legislativas de 2009. In R. Figueiras (Org.). *Os Média e as Eleições Europeias, Legislativas e Autárquicas de 2009*. (pp. 133-162). Lisboa: Universidade Católica Editora.

Estatuto da Imprensa Regional. Artigo 1.º e 2.º, *Diário da República* n.º 76/1988, Série I de 1988-3-31. Consultado a 9 de setembro de 2021. Disponível em <https://www.ccpj.pt/media/1061/estatuto-da-imprensa-regional.pdf>

Esteves, J. P. (2010). Opinião Pública. In J. C. Correia, G. B. Ferreira, P. Espírito-Santo (Orgs), *Conceitos de Comunicação Política*. (pp. 21-32.) Covilhã: LabCom.

Ferin, I. (2017) (Org.). *Jornalismo e Democracia*. Lisboa: Paulus.

Ferreira, P. (2005). O custo das não-decisões na imprensa local e regional em Portugal. In *Comunicação e Sociedade*, 7, 153-180. Consultado a 5 de março de 2021. Disponível em [https://doi.org/10.17231/comsoc.7\(2005\).1215](https://doi.org/10.17231/comsoc.7(2005).1215)

Figueira, J. (2007). *Os jornais como atores políticos. O Diário de Notícias, Expresso e Jornal Novo no Verão Quente de 1975*. Coimbra: Minerva.

Figueira, J. (2012). *A Imprensa Portuguesa (1974-2010)*. Coimbra: Angelus Novus.

Figueiras, R. (2017). *A Mediatização da política na era das redes sociais*. Lisboa: Alêtheia Editores.

Governo Regional da Região Autónoma da Madeira (2021). *Historial da Emigração da RAM*. Consultado a 17 de maio de 2021. Disponível em <https://ccmm.madeira.gov.pt/index.php/emigracao/historial-da-emigracao>.

Guimarães, A. M. & Fernandes, N. R. (2012). *O jornalismo em evolução*. Consultado a 20 de agosto de 2021. Disponível em <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/4152>

Halimi, S. (1998). *Os Novos Cães de Guarda*. (G. J. Teixeira, Trad.). Petrópolis: Vozes.

Jerónimo, P. (2010). A memória da imprensa regional: Análise crítica da preservação e ao acesso de conteúdos digitais. In *Páginas a&b* (Série 2), pp. 165-181. Consultado a 2 de setembro de 2021. Disponível em <https://www.academia.edu/download/30854220/a-memoria-da-imprensa-regional.pdf>

Lamy, S. (2010). *A importância das fontes de informação na construção do Espaço Público*. Consultado a 4 de maio de 2021. Disponível em <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/2058>

Lebrun, G. (1981). *O que é poder*. (R. J. Ribeiro & S. Lara, Trad.) São Paulo: Editora Brasiliense.

Lomba, C. (2009). *Fontes mais capazes vs Jornalistas menos perspicazes?* Consultado a 20 de fevereiro de 2021. Disponível em <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/44677>

Martins, P. & Nunes, C. (2019). O acesso às fontes autárquicas no jornalismo regional: estudo de três jornais do distrito de Castelo Branco. In *Revista Estudos em Comunicação*. 28(1), 127-150. Consultado a 28 de junho de 2021. Disponível em <https://run.unl.pt/handle/10362/113252>

Melo, J. M. (2008). Jornalismo Política: Democracia, Cidadania, Anomia. In *FAMECOS*, 15(35), 90-94. Disponível em <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2008.35.4097>

Minogue, K. (1996). *Política: o essencial*. (M. Cobeira, Trad.). Lisboa: Gradiva.

Nery, I. (2004). *Política e Jornais: Encontros Mediáticos*. Oeiras: Celta Editora.

OPRAM (2021). FAQ - Perguntas frequentes. Consultado a 15 de junho de 2021. Disponível em <https://opram.madeira.gov.pt/faq>

Peruzzo, C. (2005). Mídia regional e local: aspetos conceituais e tendências. In *Comunicação & Sociedade*, 26(43), 67-84. Consultado a 9 de setembro de 2021. Disponível em <https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/CSO/article/view/8637/6170>

Pinto, B., Bessa, D., & Antunes, R. (2016). O Jornalista pergunta. O político responde. In F. Lopes (Ed). *O Governo em notícia – análise dos 100 primeiros dias do XXI Governo Constitucional* (pp. 30-41). Braga: CECS.

Pinto, M. (2000). Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo. In *Comunicação e Sociedade*, 14(2), 277-294. Consultado a 2 de maio de 2021. Disponível em <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/5512>

Ribeiro, J. (1981). *Política: quem manda, por que manda, como manda*. Rio de Janeiro: Objetiva.

Ribeiro, J. (2005). *Jornalismo Regional e Construção da Cidadania: o caso da Folha da Região de Araçatuba*. (Dissertação de Pós-Graduação em Comunicação). Universidade Estadual Paulista, São Paulo.

Ribeiro, M. (2009a). Imprensa: liberdade e censura nos meados de oitocentos. In C. Cordeiro & S. S. Silva (Coord.). *A História da Imprensa e a Imprensa na História – o contributo dos Açores* (pp. 73-108). Coimbra: Nova Gráfica.

Ribeiro, V. (2006). *Fontes Sofisticadas de Informação – Análise do produto jornalístico político da imprensa nacional diária de 1995 a 2005*. (Dissertação de Mestrado em Comunicação e Cultura Variante de Jornalismo Político). Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

Ribeiro, V. (2009b). *Fontes Sofisticadas de Informação. Análise do produto jornalístico político da imprensa nacional diária de 1990 a 2005*. Porto: Media XXI.

Salgado, S. (2010). *Os Candidatos Presidenciais Construção de Imagens e Discursos nos Media (2006)*. Coimbra: Minerva.

Sant’Anna, F. (2006). *Mídia das fontes: o difusor do jornalismo corporativo*. Consultado a 29 de abril de 2021. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/~boccmirror/pag/santanna-francisco-midia-fontes.pdf>

Schmitz, A. (2011a). *Classificação das fontes de notícias*. Consultado a 20 de abril de 2021. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/schmitz-aldo-classificacao-das-fontes-de-noticias.pdf>

Schmitz, A. (2011b). *Fontes de Notícias – Ações e estratégias das fontes no jornalismo*. Florianópolis: Editora Combook. Consultado a 20 de abril de 2021. Disponível em https://www.faculdadeparque.edu.br/ebooks/Fontes_noticias.pdf

Schudson, M. (2002). The News Media as Political Institutions. In *Annual Review of Political Science*, 5, 249-269. Consultado a 20 de janeiro de 2021. Disponível em <https://www.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.polisci.5.111201.115816>

Serrano, E. (2006). *Jornalismo Político em Portugal: a cobertura das eleições presidenciais na imprensa e na televisão (1976-2001)*. Lisboa: Edições Colibri.

Silva, A. (2016). O que é Poder Político? In M. Silva. M. F. Campos & A. O. Silva (Coord.). *O que é poder político?* (pp. 91-143). Lisboa: Escolar Editora.

Sousa, J. P. (2002). *Comunicação regional e local na Europa Ocidental: a situação geral e os casos português e galego*. BOCC. Consultado a 22 de agosto de 2021. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-comunicacao-regional-na-europa-ocidental.pdf>

Sousa, J. P. (2008). *Uma história do jornalismo em Portugal até ao 25 de abril de 1974*. BOCC. Consultado a 22 de agosto de 2021. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-do-jornalismo-1974.pdf>

Tengarrinha, J. (1993). *Da Liberdade Mistificada à Liberdade Subvertida*. Lisboa: Edições Colibri.

Traquina, N. (2002). *Jornalismo*. Lisboa: Quimera Edições.