

Regulador centrou análise nos diários, semanários e revistas semanais de informação geral
ERC publica Relatório sobre cobertura das eleições legislativas de 2019 na imprensa portuguesa

A ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social produziu um Relatório que retrata a cobertura jornalística das eleições legislativas de 2019 na imprensa diária e semanal (Correio da Manhã, Diário de Notícias, Expresso, Jornal de Notícias, Jornal i, Observador, Público, Sol, Sábado e Visão) no período da campanha eleitoral, e a presença de candidatos e/ou representantes de candidaturas em artigos de opinião e de entrevista, no período da campanha e na fase de pré-campanha eleitoral.

O acompanhamento da cobertura das eleições legislativas 2019 pela ERC teve por objetivo a identificação das presenças dos partidos políticos candidatos a este ato eleitoral, bem como dos seus representantes (candidatos e outros). A partir da identificação das presenças destas formações pretendeu-se caracterizar a atenção mediática atribuída a cada candidatura que se apresentou a este ato eleitoral, identificando eventuais situações de desequilíbrio no acesso dos candidatos/candidaturas ao espaço mediático.

Além do registo das presenças das candidaturas, a ERC considerou também o enfoque temático evidenciado e o destaque dado à sua cobertura pelos órgãos de comunicação social.

Para este trabalho foram analisadas 1596 peças, em formato impresso e *online*. Em termos gerais conclui-se que nos jornais e revistas considerados as peças com a presença de candidaturas às eleições legislativas são maioritariamente informativas.

Em termos médios agregados, constata-se que 82,9% das peças se concentram em protagonistas das seis candidaturas com deputados eleitos para a Assembleia da República em 2015 (PS, PPD-PSD, BE, CDS-PP, CDU e PAN). Na cobertura da maioria das candidaturas sobressai a visibilidade dada aos cabeças de lista, sendo diminuta a presença de outros candidatos dos círculos eleitorais, exceto no caso da candidatura do PSD em que o protagonismo é sobretudo de Rui Rio enquanto candidato, número dois pela lista do Porto.

Constata-se ainda que a presença de citações dos atores políticos é genericamente residual nas peças e que a percentagem média de peças em que surgem figuras políticas do sexo feminino se situa nos 22,5%.

No conjunto da imprensa analisada, o tema que surge mais mediatizado ao longo da campanha eleitoral é o do “desempenho dos partidos”, consubstanciado nas críticas intrapartidárias, interpartidárias e de atores externos ao processo eleitoral da ação, e na performance dos candidatos. Estas observações podem ser, entre outras, sobre as suas capacidades para responder às questões políticas do país - positivas ou negativas - ou a respeito do seu desempenho em debates e encontros partidários.

Da análise conduzida pela ERC aos 121 artigos de opinião identificados da autoria de candidatos e/ou representantes de candidaturas sobressai que o PS foi o partido com maior número de

presenças (36), seguindo-se o BE, com 27, e o PSD, com 23. O Expresso (edição diária *online* e semanal impressa) foi o título de imprensa que publicou o maior número de artigos de opinião de candidatos (29), seguindo-se o Correio da Manhã (18) e o Jornal de Notícias (17).

A ERC verificou também que 11 dos artigos de opinião foram publicados em período de campanha eleitoral, indo contra o previsto na lei nº72-A/2015, de 23 de julho, que estabelece o regime jurídico da cobertura jornalística, nomeadamente no ponto 3 do artigo 5º que advoga a suspensão da colaboração de candidatos aos atos eleitorais. Destes, 2 foram publicados no Observador e 9 no Expresso.

Relativamente a entrevistas aos candidatos /representantes das candidaturas, a ERC contabilizou 107, sendo o jornal Público aquele que publicou o maior número (65), seguindo-se, na imprensa semanal, a revista Visão, com 18 entrevistas. O BE foi o partido com maior número de entrevistas (15), seguido do CDS (14), PSD e PS (13 cada) e da CDU (12).

Em baixo, enumeram-se em detalhe os principais dados, agrupados por órgão de comunicação social, que a ERC extraiu:

JORNAIS DIÁRIOS

No Correio da Manhã:

- Registam-se 318 peças com a presença de candidaturas às eleições legislativas, sendo 75,5% informativas, 11,6% de opinião e 0,3% referentes a entrevistas. Destas, 10,7% são destacadas na primeira página da publicação.
- 74% das peças concentram-se em protagonistas das seis candidaturas com deputados eleitos para a Assembleia da República em 2015.
- A mensagem de todas as candidaturas é veiculada em discurso direto ou indireto, à exceção do PPM. RIR e PCTP/MRPP são os partidos candidatos que apresentam maior peso relativo de peças com voz.
- Os pequenos partidos são os que aparecem mais vezes representados graficamente. A candidatura do PNR é a única com referências exclusivamente escritas.
- As citações têm maior peso relativo nas candidaturas de partidos sem assento parlamentar. Constituem um quarto das peças que referem as candidaturas do PCTP/MRPP e do JPP e um quinto das peças do PURP e do IL.
- Verifica-se que na maioria dos artigos nos quais o principal representante é o cabeça de lista da candidatura, este é também o secretário-geral do partido. A presença de candidatos é baixa ou nula na cobertura da maioria das candidaturas.
- Os atores do sexo feminino estão presentes em 23,2% das peças.
- O tema mais mediatizado ao longo da campanha eleitoral é o do “desempenho dos partidos”, consubstanciado nas críticas intrapartidárias, interpartidárias e de atores externos ao processo eleitoral da ação, e na performance dos candidatos.
- Regista-se a publicação de 6 entrevistas relativas a cada uma das forças políticas com assento parlamentar.
- Regista-se a publicação de 18 artigos de opinião de candidatos.

No Diário de Notícias (edição *online*):

- Registam-se 141 peças com a presença de candidaturas às eleições legislativas, sendo 89,4% informativas, 1,4% de opinião e 3,5% referentes a entrevistas. 2,8% das peças são destacadas na primeira página.
- 95% das peças concentram-se em protagonistas das seis candidaturas com deputados eleitos para a Assembleia da República em 2015. São também estas, à exceção do PAN, as únicas candidaturas alvo de crítica sem espaço na mesma peça para apresentarem a sua perspetiva sobre o tema.
- Cinco das candidaturas sem representação parlamentar veem a mensagem veiculada apenas em discurso indireto. As restantes candidaturas são referenciadas maioritariamente em peças em que não têm voz.
- As candidaturas do Chega e do MAS são as únicas que não aparecem representadas graficamente.
- As citações estão presentes exclusivamente nas candidaturas de partidos com assento parlamentar.
- Na cobertura é patente a visibilidade dada aos cabeças de lista por um dos círculos eleitorais. No caso da candidatura do PSD o protagonismo é sobretudo de Rui Rio enquanto candidato, número dois pela lista do Porto. Divergem deste padrão o PCTP/MRPP, com uma peça protagonizada pelo histórico líder do partido, Arnaldo Matos e o IL, representado pelo seu Presidente.
- Os atores do sexo feminino estão presentes em 24,2% das peças.
- O tema mais mediatizado ao longo da campanha eleitoral é o do “desempenho dos partidos”, consubstanciado nas críticas intrapartidárias, interpartidárias e de atores externos ao processo eleitoral da ação, e na performance dos candidatos.

No Expresso (edição *online*):

- Registam-se 47 peças com a presença de candidaturas às eleições legislativas, sendo 51,1% informativas e 38,3% de opinião. 25,5% das peças são destacadas na primeira página desta edição diária.
- 95% das peças concentram-se em protagonistas das seis candidaturas com deputados eleitos para a Assembleia da República em 2015. Somente o PS é alvo de crítica sem espaço na mesma peça para apresentar a sua perspetiva sobre o tema.
- A maioria dos partidos vê a sua mensagem veiculada em discurso direto. JPP e PRN veem a sua mensagem veiculada apenas em discurso indireto.
- Todas as candidaturas com assento parlamentar aparecem representadas graficamente. Dos partidos sem presença parlamentar à data da campanha eleitoral, somente a referência ao IL se faz acompanhar de imagem.
- Não existem quaisquer citações atribuíveis a candidaturas de partidos.
- Na cobertura é patente a visibilidade dada aos cabeças de lista por um dos círculos eleitorais. No caso da candidatura do PSD o protagonismo é sobretudo de Rui Rio enquanto candidato, número dois pela lista do Porto. O mesmo acontece com o Livre e o IL.
- Os atores do sexo feminino estão presentes em 22,9% das peças.
- O tema mais mediatizado ao longo da campanha eleitoral é o do “desempenho dos partidos”, consubstanciado nas críticas intrapartidárias, interpartidárias e de atores externos ao processo eleitoral da ação, e na performance dos candidatos.

No Jornal i:

- Registam-se 228 peças com a presença de candidaturas às eleições legislativas, sendo 69,7% informativas, 11,4% de opinião e 0,4% referentes a entrevistas. 18,9% das peças são destacadas na primeira página da publicação.
- 64% das peças concentram-se em protagonistas das seis candidaturas com deputados eleitos para a Assembleia da República em 2015. Somente seis dos 21 partidos presentes nas peças são alvo de crítica sem espaço na mesma peça para apresentar a sua perspetiva sobre o tema, sendo o PS aquele que mais vezes se encontra nessa posição.
- Sete candidaturas de partidos sem assento parlamentar têm a sua mensagem veiculada somente em discurso indireto.
- Os pequenos partidos são os que, proporcionalmente, aparecem mais vezes representados graficamente.
- As citações estão presentes exclusivamente nas candidaturas de partidos com assento parlamentar.
- Na cobertura é patente a visibilidade dada aos cabeças de lista por um dos círculos eleitorais. No caso da candidatura do PSD o protagonismo é sobretudo de Rui Rio enquanto candidato, número dois pela lista do Porto.
- Os atores do sexo feminino estão presentes em 23,5% das peças.
- O tema mais mediatizado ao longo da campanha eleitoral é o do “desempenho dos partidos”, consubstanciado nas críticas intrapartidárias, interpartidárias e de atores externos ao processo eleitoral da ação, e na performance dos candidatos.
- Regista-se a publicação de 9 artigos de opinião de candidatos.
- Regista-se a publicação de uma entrevista a um candidato do Livre.

No Jornal de Notícias:

- Registam-se 230 peças com a presença de candidaturas às eleições legislativas, sendo 82,2% informativas, 9% de opinião e 0,4% referentes a entrevistas. 6,5% das peças são destacadas na primeira página da publicação.
- 82% das peças concentram-se em protagonistas das seis candidaturas com deputados eleitos para a Assembleia da República em 2015. Somente sete dos 21 partidos presentes nas peças são alvo de crítica sem espaço na mesma peça para apresentar a sua perspetiva sobre o tema, sendo o PS aquele que mais vezes se encontra nessa posição.
- Todas as candidaturas têm a sua mensagem veiculada em discurso direto ou indireto, à exceção do PPM.
- O Chega é a candidatura com maior percentagem de peças com recurso a representação gráfica. Os partidos sem representação parlamentar são aqueles em que este recurso assume maior peso relativo.
- As citações não são frequentes nesta publicação, sendo residuais nos partidos com assento parlamentar.
- Verifica-se que na maioria dos artigos nos quais o principal representante é o cabeça de lista da candidatura, este é também o secretário-geral do partido. A presença de candidatos é baixa ou nula na cobertura da maioria das candidaturas.
- Os atores do sexo feminino estão presentes em 24,5% das peças.

- O tema mais mediatizado ao longo da campanha eleitoral é o do “desempenho dos partidos”, consubstanciado nas críticas intrapartidárias, interpartidárias e de atores externos ao processo eleitoral da ação, e na performance dos candidatos.
- Regista-se a publicação de 17 artigos de opinião de candidatos.

No Observador:

- Registam-se 207 peças com a presença de candidaturas às eleições legislativas, sendo 87,9% informativas, 11% de opinião e 1% referentes a entrevistas.
- 88% das peças concentram-se em protagonistas das seis candidaturas com deputados eleitos para a Assembleia da República em 2015. Os partidos com assento parlamentar presentes nas peças são as únicas candidaturas alvo de crítica sem espaço na mesma peça para apresentar a sua perspetiva sobre o tema. O PS é aquele que mais vezes se encontra nessa posição.
- Todas as candidaturas têm a sua mensagem veiculada em discurso direto e indireto.
- A associação a representações gráficas verifica-se também em todos os partidos, embora nos pequenos partidos seja maior.
- As citações são residuais nesta publicação. A candidatura do IL é a que regista mais referências, seguida pelo PS e CDS-PP.
- Verifica-se que na maioria dos artigos nos quais o principal representante é o cabeça de lista da candidatura, este é também o secretário-geral do partido. A presença de candidatos é baixa ou nula na cobertura da maioria das candidaturas.
- Os atores do sexo feminino estão presentes em 26,6% das peças.
- O tema mais mediatizado ao longo da campanha eleitoral é o do “desempenho dos partidos”, consubstanciado nas críticas intrapartidárias, interpartidárias e de atores externos ao processo eleitoral da ação, e na performance dos candidatos.
- Regista-se a publicação de 13 artigos de opinião de candidatos, dois dos quais em período de campanha (período de 22 de setembro a 4 de outubro), nomeadamente do IL e do Aliança.
- Regista-se a publicação de 5 entrevistas a candidatos /representantes das candidaturas.

No Público:

- Registam-se 177 peças com a presença de candidaturas às eleições legislativas, sendo 64,4% informativas, 20,3% de opinião e 6,8% referentes a entrevistas. 29,9% das peças são destacadas na primeira página.
- 83% das peças concentram-se em protagonistas das seis candidaturas com deputados eleitos para a Assembleia da República em 2015. Metade dos 21 partidos presentes nas peças são alvo de crítica sem espaço na mesma peça para apresentar a sua perspetiva sobre o tema. O PS é, de entre os partidos com assento parlamentar, aquele que mais vezes se encontra nessa posição. O Chega e PNR são os partidos que registam um maior peso destas peças no total das suas presenças.
- A mensagem das candidaturas do PCTP/MRPP, PPM e PTP, ao contrário dos demais partidos, não surge veiculada em discurso direto. De destacar a presença em discurso direto do NC sempre mediatizado com voz nas cinco peças em que está presente.
- Oito candidaturas de partidos sem representação parlamentar não têm qualquer representação gráfica. O PAN é aquele em que se observa um maior peso relativo das peças com fotografias ou outras formas de representação gráfica.

- As citações são residuais e apenas se verificam nos cinco maiores partidos.
- Verifica-se que na maioria dos artigos nos quais o principal representante é o cabeça de lista da candidatura, este é também o secretário-geral do partido. A presença de candidatos é baixa ou nula na cobertura da maioria das candidaturas.
- Os atores do sexo feminino estão presentes em 24% das peças.
- O tema mais mediatizado ao longo da campanha eleitoral é o do “desempenho dos partidos”, consubstanciado nas críticas intrapartidárias, interpartidárias e de atores externos ao processo eleitoral da ação, e na performance dos candidatos.
- Regista-se a publicação de 14 artigos de opinião de candidatos.
- Regista-se a publicação de 65 entrevistas a candidatos /representantes das candidaturas.

JORNAIS SEMANÁRIOS

No Diário de Notícias (edição impressa):

- Registam-se 23 peças com a presença de candidaturas às eleições legislativas, sendo 47,8% informativas, 17,43% de opinião e 21,7% referentes a entrevistas. 34,8% das peças são destacadas na primeira página.
- 95% das peças concentram-se em protagonistas das seis candidaturas com deputados eleitos para a Assembleia da República em 2015. Apenas três partidos fora da arena parlamentar têm presenças ou são referidos nas edições semanais. Somente o CDS-PP é alvo de crítica sem espaço na mesma peça para apresentar a sua perspetiva sobre o tema.
- Os partidos com assento parlamentar têm a sua mensagem veiculada em discurso direto, destacando-se o PAN como aquele que mais vezes é citado. IL, Aliança e RIR veem a sua mensagem divulgada apenas em discurso indireto.
- Todas as candidaturas com assento parlamentar aparecem representadas graficamente. As referências feitas às candidaturas do IL, Aliança e RIR não têm qualquer suporte visual.
- O recurso a citações é residual.
- Na cobertura é patente a visibilidade dada aos cabeças de lista por um dos círculos eleitorais. No caso da candidatura do PSD o protagonismo é sobretudo de Rui Rio enquanto candidato, número dois pela lista do Porto.
- Os atores do sexo feminino estão presentes em 32,1% das peças.
- O tema mais mediatizado ao longo da campanha eleitoral é o perfil dos candidatos e/ou candidaturas.

No Expresso (edição impressa):

- Registam-se 106 peças com a presença de candidaturas às eleições legislativas, sendo 59,4% informativas, 17,9% de sátira, 15,1% de opinião e 0,9% referentes a entrevistas. 17,9% das peças são destacadas na primeira página.
- 90% das peças concentram-se em protagonistas das seis candidaturas com deputados eleitos para a Assembleia da República em 2015. Somente quatro dos 13 partidos presentes nas peças são residualmente alvo de crítica sem espaço na mesma peça para apresentar a sua perspetiva sobre o tema.

- Todas as candidaturas têm a sua mensagem veiculada em discurso direto ou indireto, à exceção do RIR.
- Os partidos com assento parlamentar são os únicos que aparecem representados graficamente.
- As citações surgem associadas a todas as candidaturas, menos à do RIR.
- Verifica-se que na maioria dos artigos nos quais o principal representante é o cabeça de lista da candidatura, este é também o secretário-geral do partido. A presença de candidatos é baixa ou nula na cobertura da maioria das candidaturas.
- Os atores do sexo feminino estão presentes em 16,3% das peças.
- O tema mais mediatizado ao longo da campanha eleitoral é o do “desempenho dos partidos”, consubstanciado nas críticas intrapartidárias, interpartidárias e de atores externos ao processo eleitoral da ação, e na performance dos candidatos.

No Sol:

- Registam-se 71 peças com a presença de candidaturas às eleições legislativas, sendo 63,4% informativas e 36,6% de opinião. 5,6% das peças são destacadas na primeira página.
- 83% das peças concentram-se em protagonistas das seis candidaturas com deputados eleitos para a Assembleia da República em 2015. Somente três dos 15 partidos presentes nas peças são alvo de crítica sem espaço na mesma peça para apresentar a sua perspetiva sobre o tema, sendo PS e CDS-PP aqueles em que tal acontece com maior frequência.
- Todas as candidaturas têm a sua mensagem veiculada em discurso direto, exceto JPP, PTP e PURP, cujas referências não têm voz.
- São quatro os partidos que não aparecem representados graficamente. PAN e CDS-PP são, entre os com assento parlamentar, os que aparecem mais vezes representados graficamente.
- As citações só surgem associadas às candidaturas dos partidos com assento parlamentar e ao IL.
- Verifica-se que na maioria dos artigos nos quais o principal representante é o cabeça de lista da candidatura, este é também o secretário-geral do partido. A presença de candidatos é baixa ou nula na cobertura da maioria das candidaturas.
- Os atores do sexo feminino estão presentes em 19,1% das peças.
- O tema mais mediatizado ao longo da campanha eleitoral é o do “desempenho dos partidos”, consubstanciado nas críticas intrapartidárias, interpartidárias e de atores externos ao processo eleitoral da ação, e na performance dos candidatos.
- Regista-se a publicação de uma entrevista a um candidato do PSD.

Na Sábado:

- Registam-se 32 peças com a presença de candidaturas às eleições legislativas, sendo 59,4% informativas e 18,8% de opinião.
- 78% das peças concentram-se em protagonistas das seis candidaturas com deputados eleitos para a Assembleia da República em 2015. Somente dois dos 18 partidos presentes nas peças são alvo de crítica sem espaço na mesma peça para apresentar a sua perspetiva sobre o tema: BE e PSD.

- As candidaturas com voz são as dos partidos com assento parlamentar e do partido Aliança.
- A maioria dos partidos é acompanhada por uma representação gráfica, com exceção do MPT, NC, PNR e RIR.
- As citações são residuais nesta publicação. O maior número refere-se ao PAN, seguido pelo BE e PS.
- Verifica-se que na maioria dos artigos nos quais o principal representante é o cabeça de lista da candidatura, este é também o secretário-geral do partido. A presença de candidatos é baixa ou nula na cobertura da maioria das candidaturas.
- Os atores do sexo feminino estão presentes em 19,4% das peças.
- O tema mais mediatizado ao longo da campanha eleitoral é a “descrição de ações de campanha e agenda”.

Na Visão:

- Registam-se 16 peças com a presença de candidaturas às eleições legislativas, sendo 43,8% de opinião, 37,5% informativas e 6,3% referentes a entrevistas. 12,5% das peças são destacadas na primeira página.
- 68% das peças concentram-se em protagonistas das seis candidaturas com deputados eleitos para a Assembleia da República em 2015. Contudo, observa-se que o Livre tem um destaque semelhante à CDU e ao PAN.
- Três das candidaturas de partidos com assento parlamentar presentes nas peças são alvo de crítica sem espaço na mesma peça para apresentar a sua perspetiva sobre o tema. O BE é o partido que mais vezes se encontra nessa posição.
- Todas as candidaturas têm a sua mensagem veiculada em discurso direto e indireto.
- São os pequenos partidos os que mais vezes aparecem representados graficamente.
- As citações encontram-se maioritariamente associadas aos partidos sem assento parlamentar. Dos partidos parlamentares só o PSD regista citações.
- Verifica-se que na maioria dos artigos nos quais o principal representante é o cabeça de lista da candidatura, este é também o secretário-geral do partido. A presença de candidatos é baixa ou nula na cobertura da maioria das candidaturas. De notar também a referência a notáveis de partidos: Aníbal Cavaco Silva e Paulo Portas.
- Os atores do sexo feminino estão presentes em 14,6% das peças.
- O tema mais mediatizado ao longo da campanha eleitoral é o do “desempenho dos partidos”, consubstanciado nas críticas intrapartidárias, interpartidárias e de atores externos ao processo eleitoral da ação e da performance dos candidatos.
- Regista-se a publicação de 18 entrevistas a todos os partidos/forças parlamentares, com exceção da coligação CDU, do CDS e do JPP.
- Regista-se a publicação de 7 artigos de opinião de candidatos.

Em [anexo](#), disponibiliza-se a versão completa do Relatório “Cobertura Jornalística das Eleições Legislativas 2019 - Imprensa”.

Lisboa, 23 de abril de 2020

COBERTURA JORNALÍSTICA DAS ELEIÇÕES LEGISLATIVAS 2019

IMPrensa



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

INTRODUÇÃO

Em períodos eleitorais, por considerar serem aqueles em que a observância do princípio do pluralismo político-partidário assume particular relevância, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) acompanha com redobrada atenção a cobertura mediática da informação sobre política nacional.

Esta avaliação inscreve-se nas competências da ERC de “[p]romover o pluralismo cultural e a diversidade de expressão das várias correntes de pensamento (...)” e garantir “a efetiva expressão e o confronto das diversas correntes de opinião, em respeito pelo princípio do pluralismo e pela linha editorial de cada órgão de comunicação social” (artigos 7.º, alínea a) e 8.º, alínea e) dos Estatutos da ERC).

Em período eleitoral, a lei nº72-A/2015, de 23 de julho, estabelece o regime jurídico da cobertura jornalística, sendo vigente durante a pré-campanha e campanha eleitoral (artigo 3º).

O mesmo articulado determina que “os órgãos de comunicação social devem observar equilíbrio, representatividade e equidade no tratamento das notícias, reportagens de factos ou acontecimentos de valor informativo relativos às diversas candidaturas, tendo em conta a sua relevância editorial e de acordo com as possibilidades efetivas de cobertura de cada órgão” (artigo 6º).

Especificamente sobre os debates (artigoº 7º), os órgãos de comunicação social devem ter especial atenção às candidaturas com “representatividade política e social”, sendo esta “aferida tendo em conta a candidatura ter obtido representação nas últimas eleições, relativas ao órgão a que se candidata”, não obstante a “possibilidade de os órgãos de comunicação social incluírem outras candidaturas no exercício da sua liberdade editorial”.

Define ainda, no ponto 3 do artigo 5º, que «[o]s órgãos de comunicação social

que integrem candidatos ao ato eleitoral como colaboradores regulares, em espaço de opinião, na qualidade de comentadores, analistas, colunistas ou através de outra forma de colaboração equivalente, devem suspender essa participação e colaboração durante o período da campanha eleitoral e até ao encerramento da votação».

Assim, o estudo do acompanhamento da cobertura das eleições legislativas 2019 tem por objetivo a identificação das presenças dos partidos políticos candidatos a este ato eleitoral, bem como dos seus representantes (candidatos e outros).

A partir da identificação das presenças destas formações pretende-se caracterizar a atenção mediática atribuída a cada candidatura que se apresentou a este ato eleitoral, identificando eventuais situações de desequilíbrio no acesso dos candidatos/candidaturas ao espaço mediático.

Este acompanhamento segmenta-se em duas dimensões: o universo de peças durante o período de campanha eleitoral (22 de setembro a 4 de outubro); e as peças de entrevista e opinião durante os períodos de pré-campanha e campanha eleitoral (1 de agosto a 4 de outubro de 2019).

A primeira dimensão, considerada na primeira parte deste documento, regista as presenças das candidaturas, o destaque dado à sua cobertura e considerando também o enfoque temático evidenciado pelos órgãos de comunicação social.

Para complementar a informação gráfica, em percentagem, disponibilizam-se os valores absolutos nos anexos que seguem cada capítulo.

A segunda dimensão, na segunda parte deste relatório, documenta as presenças das candidaturas em peças de entrevista e opinião durante a pré-campanha e campanha eleitoral.

ÍNDICE

JORNAIS DIÁRIOS

CORREIO DA MANHÃ

DIÁRIO DE NOTÍCIAS ONLINE

EXPRESSO DIÁRIO ONLINE

JORNAL I

JORNAL DE NOTÍCIAS

OBSERVADOR

PÚBLICO

JORNAIS SEMANÁRIOS

DIÁRIO DE NOTÍCIAS IMPRESSO

EXPRESSO IMPRESSO

SOL

REVISTAS

SÁBADO

VISÃO

ARTIGOS DE OPINIÃO

ENTREVISTAS

METODOLOGIA

ENQUADRAMENTO LEGAL

JORNAIS DIÁRIOS





CORREIO DA MANHÃ

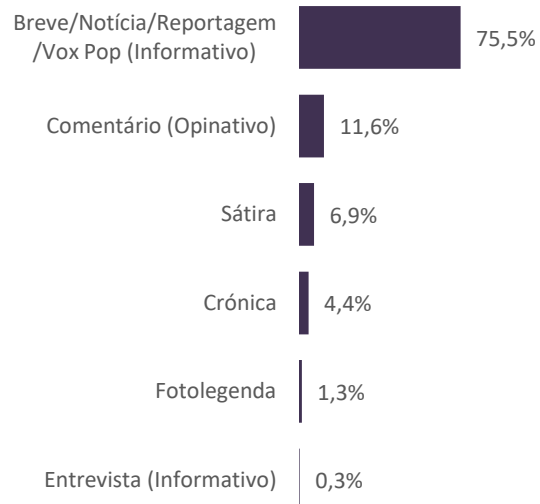
RESULTADOS CORREIO DA MANHÃ

Total de peças

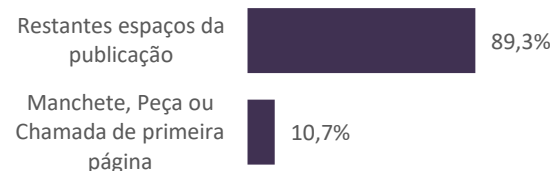
Correio da Manhã

318

Género jornalístico



Destaque da primeira página

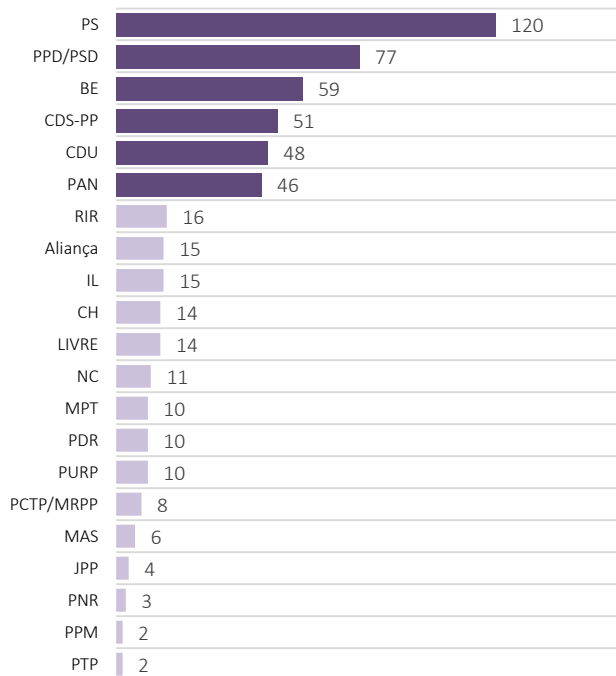


Durante o período de campanha eleitoral foram publicadas 318 peças com a presença de candidaturas às eleições legislativas. Estas são maioritariamente peças informativas seguindo-se as peças de opinião que representam cerca de 11% do total dos artigos considerados. As entrevistas correspondem a uma percentagem residual do universo de peças analisadas.

Uma em cada dez peças é destacada na primeira página da publicação.

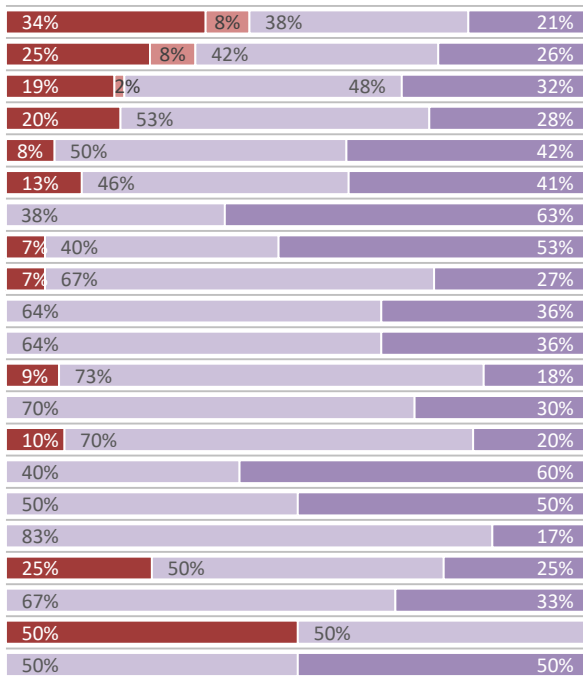
RESULTADOS CORREIO DA MANHÃ

Presenças



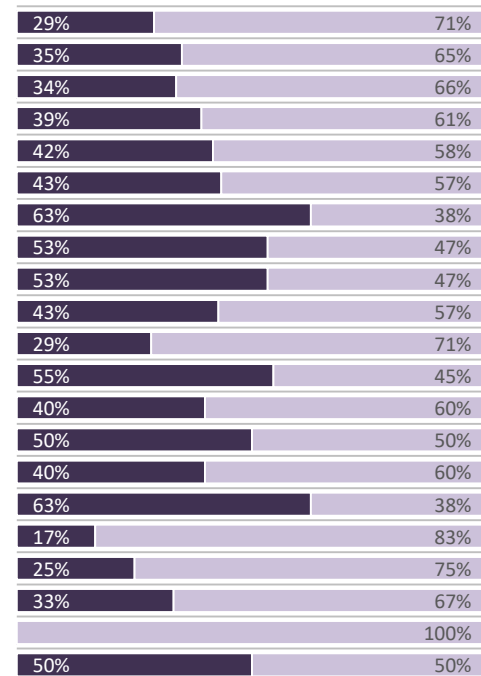
n = 541 presenças de candidaturas

Qualidade



■ Destinatário ou alvo ■ Protagonista e alvo
■ De quem se fala ■ Quem fala

Vozes



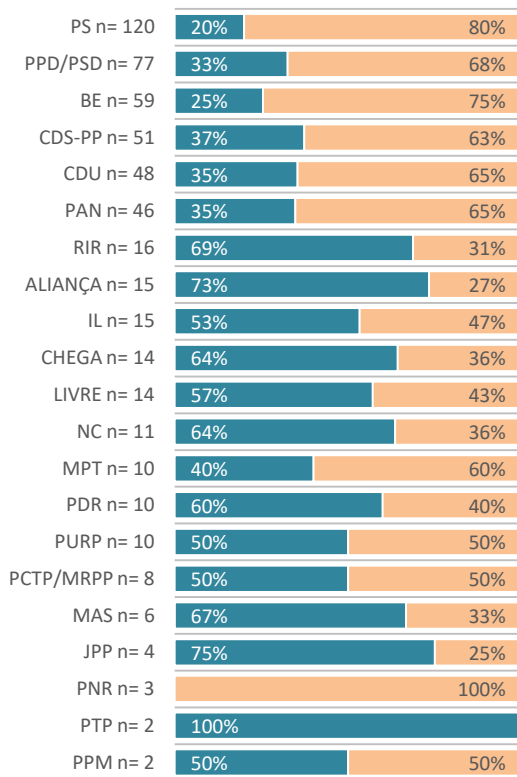
■ Com voz
■ Sem voz

Verifica-se uma amplitude muito acentuada entre o número de presenças das candidaturas, deste facto decorre uma concentração de 74% das peças em protagonistas das seis candidaturas com deputados eleitos para a Assembleia da República (AR) em 2015.

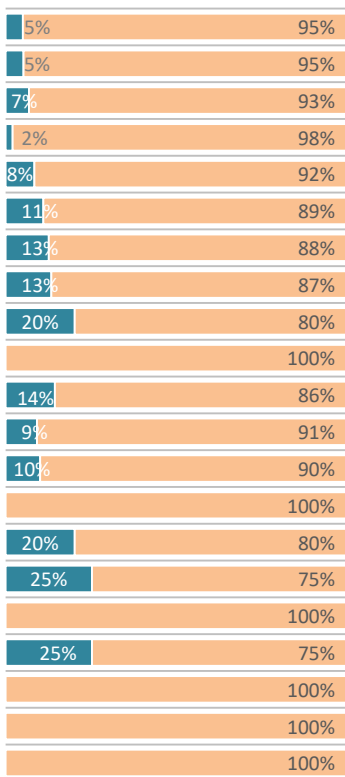
Todas as candidaturas têm a sua mensagem veiculada em discurso direto ou indireto, à exceção do PPM, presente em duas peças, partido a que nunca é dada voz. RIR e PCTP/MRPP, são os partidos candidatos que apresentam maior peso relativo de peças com voz.

RESULTADOS CORREIO DA MANHÃ

Representação gráfica



Citação



■ Sim
■ Não

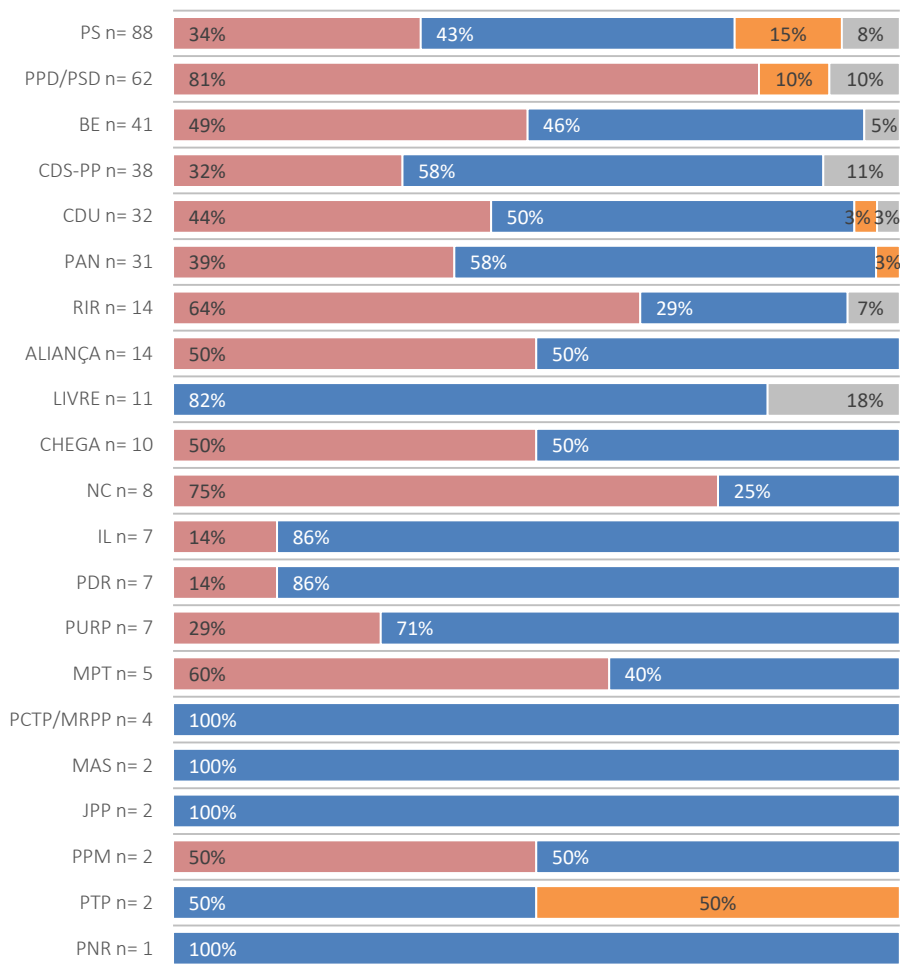
Na análise da cobertura da campanha eleitoral fica patente que são os pequenos partidos aqueles que mais vezes aparecem representados graficamente. No entanto, o PNR é a única candidatura cujas referências são exclusivamente escritas.

As citações, formas de destacar uma determinada ideia de um ator político, observa-se terem maior peso relativo nas candidaturas de partidos sem assento parlamentar, uma vez que o universo de peças a que reporta é baixo.

Um quarto das peças que referem as candidaturas do PCTP/MRPP e do JPP são citações; o mesmo acontece com uma em cada cinco peças do PURP e do IL .

RESULTADOS CORREIO DA MANHÃ

Principal representante



■ Secretário-geral, presidente e coordenador do partido ■ Cabeça de lista ■ Candidato ■ Outros

Sexo do principal representante



n = 388 referências a representantes

Da cobertura da campanha eleitoral salientam-se duas observações relativas aos tipos de representante a quem é dado o protagonismo da peça:

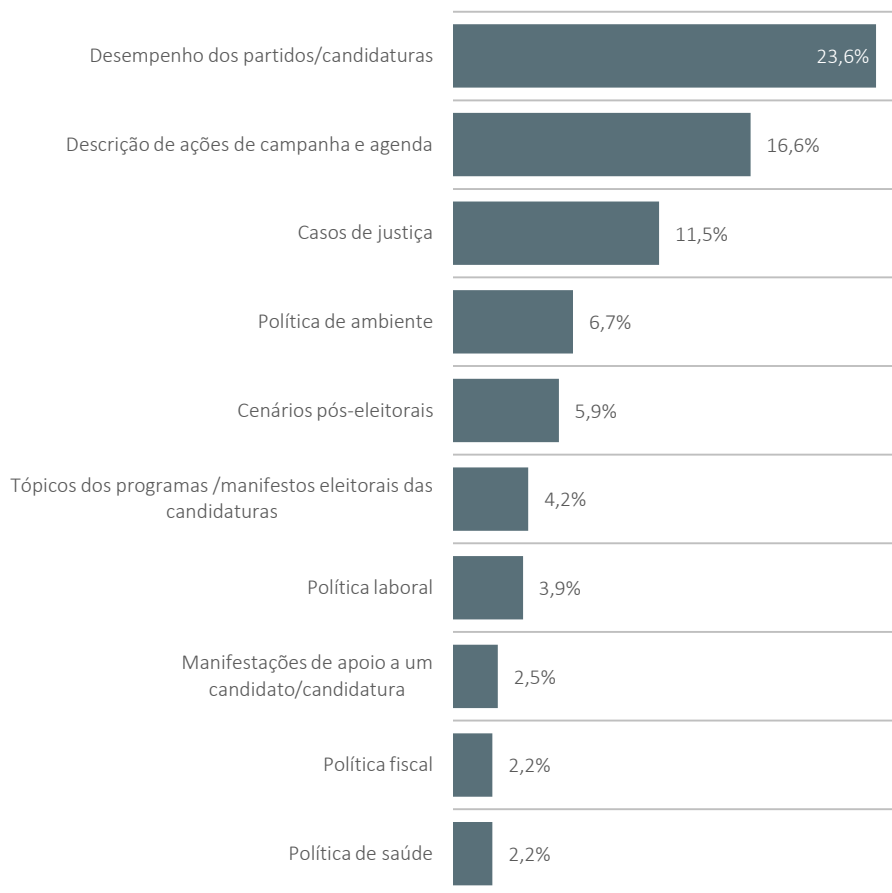
- por um lado, a dupla condição de secretário-geral e cabeça de lista por um dos círculos eleitorais da generalidade dos líderes partidários faz com que a presença destes atores seja contabilizada em ambas as categorias. Assim, na maioria dos artigos nos quais o principal representante é o cabeça de lista da candidatura, este é também o secretário-geral do partido. No caso do PSD este facto não se verifica, pois o presidente do partido não é cabeça de lista por nenhum distrito nas eleições legislativas para a AR em 2019;

- por outro lado, a presença de candidatos é baixa ou nula na cobertura da maioria das candidaturas.

Os atores do sexo feminino estão presente em menos de um quarto das peças, sobretudo associados às candidaturas do BE e do CDS-PP, partidos liderados por mulheres.

RESULTADOS CORREIO DA MANHÃ

Top 10 dos principais temas



n = 356

O tema mais mediatizado ao longo da campanha eleitoral é o do “desempenho dos partidos”, consubstanciado nas críticas intrapartidárias, interpartidárias e de atores externos ao processo eleitoral da ação, e na performance dos candidatos. Estas observações podem ser, entre outras, acerca das suas capacidades para responder às questões políticas do país - positivas ou negativas - ou do seu desempenho em debates e encontros partidários.

O “descrição de ações de campanha e agenda” surge também como tema de relevo, aferindo-se deste dado que o jornais são um meio para os partidos divulgarem as suas atividades de campanha.

O Caso Tancos ocupa um décimo da agenda de campanha, sendo responsável pela relevância da categoria “casos de justiça”.

Verifica-se uma secundarização da mediatização das propostas concretas analisadas por áreas políticas. Das 19 áreas temáticas de políticas públicas, consideradas na análise, somente quatro se encontram entre os dez temas mais assinalados.



CORREIO DA MANHÃ

ANEXOS

CORREIO DA MANHÃ: Qualidade da presença segundo a formação

Qualidade	PS	PPD/ PSD	BE	CDS-PP	CDU	PAN	RIR	Aliança	IL	CHEGA	LIVRE	NC	MPT	PDR	PURP	PCTP/ MRPP	MAS	JPP	PNR	PPM	PTP	Total
Destinatário ou alvo	41	19	11	10	4	6	-	1	1	-	-	1	-	1	-	-	-	1	-	1	-	97
Simultaneamente protagonista e alvo	9	6	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16
De quem se fala	45	32	28	27	24	21	6	6	10	9	9	8	7	7	4	4	5	2	2	1	1	258
Quem fala	25	20	19	14	20	19	10	8	4	5	5	2	3	2	6	4	1	1	1	-	1	170
Total	120	77	59	51	48	46	16	15	15	14	14	11	10	10	10	8	6	4	3	2	2	541

CORREIO DA MANHÃ: Principais representantes segundo a formação

Tipo de representante	PS	PPD/ PSD	BE	CDS-PP	CDU	PAN	RIR	Aliança	IL	CHEGA	LIVRE	NC	MPT	PDR	PURP	PCTP/ MRPP	MAS	JPP	PNR	PPM	PTP	Total
Secretário-geral, presidente e coordenador do partido	30	50	20	12	14	12	9	7	1	5	-	6	3	1	2	-	-	-	-	1	-	173
Cabeça de lista	38	0	19	22	16	18	4	7	6	5	9	2	2	6	5	4	2	2	1	1	1	170
Candidato	13	6	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	22
Notáveis dos partidos	4	3	1	3	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13
Restantes representantes partidários	3	3	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9
Apoiantes	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Sem representante	32	15	18	13	16	15	2	1	8	4	3	3	5	3	3	4	4	2	2	-	-	153
Total	120	77	59	51	48	46	16	15	15	14	14	11	10	10	10	8	6	4	3	2	2	541

CORREIO DA MANHÃ: Sexo dos principais representantes segundo a formação

Sexo do representante	PS	PPD/ PSD	BE	CDS-PP	CDU	PAN	RIR	Aliança	IL	CHEGA	LIVRE	NC	MPT	PDR	PURP	PCTP/ MRPP	MAS	JPP	PNR	PPM	PTP	Total
Feminino	1	-	38	34	-	1	1	-	-	-	9	-	-	-	-	4	-	2	-	-	-	90
Masculino	87	62	3	4	32	30	13	14	7	10	2	8	5	7	7	-	2	-	1	2	2	298
Sem representante	32	15	18	13	16	15	2	1	8	4	3	3	5	3	3	4	4	2	2	-	-	153
Total	120	77	59	51	48	46	16	15	15	14	14	11	10	10	10	8	6	4	3	2	2	541

CORREIO DA MANHÃ: Principais temas

Tema	PS	PPD/ PSD	BE	CDS-PP	CDU	PAN	RIR	Aliança	IL	CHEGA	LIVRE	NC	MPT	PDR	PURP	PCTP/ MRPP	MAS	JPP	PNR	PPM	PTP	Total
Desempenho dos partidos/candidaturas	41	27	23	19	13	12	5	4	1	5	1	3	3	3	4	1	1	1	1	-	1	169
Descrição de ações de campanha e agenda	21	15	10	10	9	5	6	3	4	3	4	2	3	-	2	-	-	1	-	2	-	100
Casos de justiça	27	20	9	14	6	5	-	2	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	86
Cenários pós-eleitorais	15	6	8	5	6	8	-	1	1	-	1	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	53
Política de ambiente	-	1	3	-	2	9	1	-	-	-	5	2	1	-	1	1	2	-	-	-	-	28
Manifestações de apoio a um candidato/candidatura	4	4	5	4	3	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	23
Tópicos dos programas /manifestos eleitorais das candidaturas	2	4	2	1	2	1	1	1	1	1	-	-	1	3	-	-	1	-	1	-	-	22
Política laboral	4	-	2	-	5	2	-	-	1	-	2	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1	18
Sondagens	3	3	1	1	3	2	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14
Política orçamental	4	3	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	11
Política fiscal	4	2	-	-	-	1	-	-	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11
Política de saúde	2	1	1	1	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	9
Política de obras públicas	1	1	-	2	-	1	-	-	-	-	-	-	2	1	-	1	-	-	-	-	-	9
Política de justiça	1	-	-	-	-	1	-	-	1	2	-	2	-	-	-	-	-	1	-	-	-	8
Corrupção	2	-	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	7
Política de educação e ciência	1	-	-	1	1	1	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6
Políticas sociais	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	1	1	-	-	-	6
Política de transportes	2	1	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5
Políticas de habitação	1	-	2	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4
Política demográfica	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3
Desempenho do Governo	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	3
Política económica	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Política de promoção da igualdade de género	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	2
Portugal na UE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	2
Política de defesa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	2
Outras áreas políticas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	2
Perfil dos partidos e/ou candidatos	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Situação social portuguesa	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Processo Eleitoral	-	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Migrações e migrantes	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Outro	4	4	-	-	1	1	1	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	13
Total	145	92	68	60	56	52	17	16	18	14	15	11	10	11	12	9	7	5	3	2	2	625

Nota: As variáveis Tema e Formações são de seleção múltipla



DIÁRIO DE NOTÍCIAS ONLINE

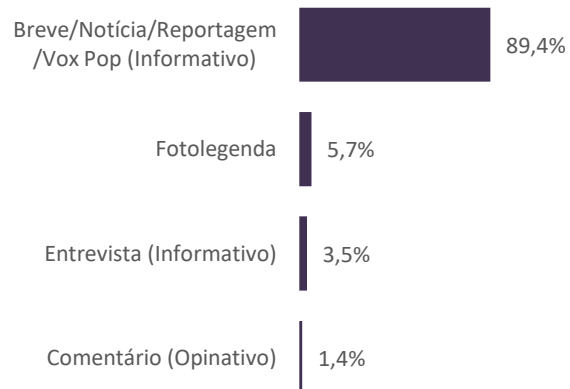
RESULTADOS DIÁRIO DE NOTÍCIAS (ONLINE)

Total de peças

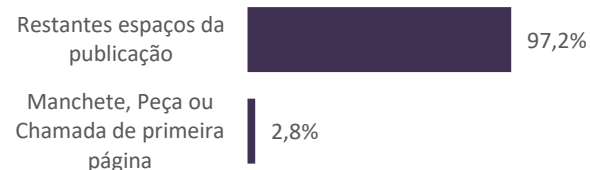
Diário de Notícias (Online)

141

Gênero jornalístico



Destaque da primeira página

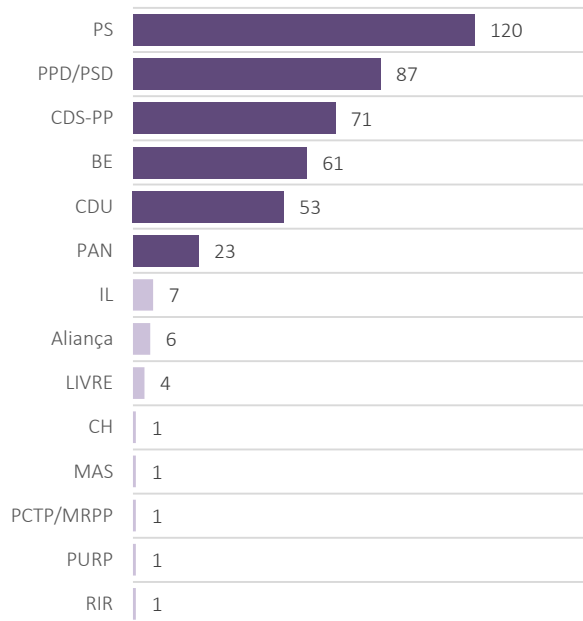


Durante o período de campanha eleitoral foram publicadas 141 peças com a presença de candidaturas às eleições legislativas. Estas são maioritariamente peças informativas. Os artigos de opinião representam uma percentagem residual do universo de peças analisadas.

O Diário de Notícias online não gera uma edição diária autonomizada, semelhante às edições impressas tradicionais. No entanto, elabora uma primeira página diária onde destaca as peças que considera mais relevantes. Durante a campanha eleitoral, cerca de 3% das peças analisadas na edição online deste jornal têm destaque na primeira página.

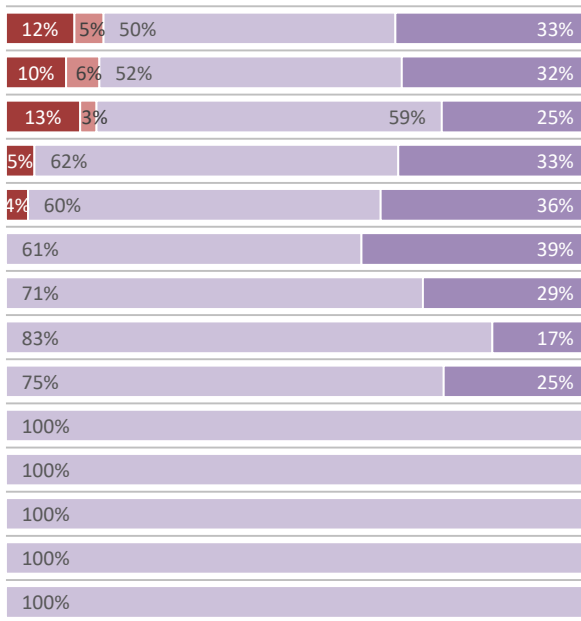
RESULTADOS DIÁRIO DE NOTÍCIAS (ONLINE)

Presenças



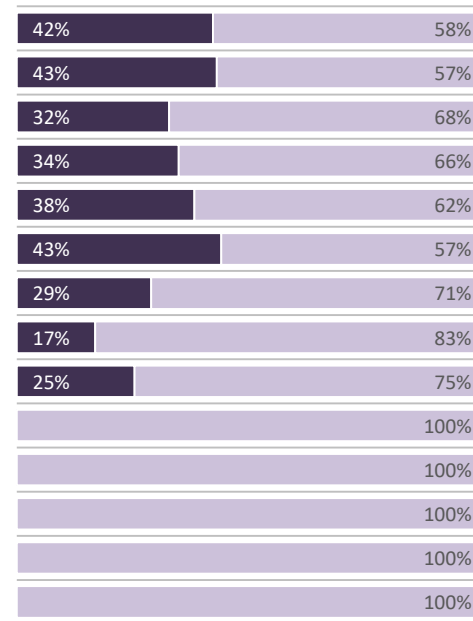
n = 437 presenças de candidaturas

Qualidade



■ Destinatário ou alvo
 ■ Protagonista e alvo
■ De quem se fala
 ■ Quem fala

Vozes



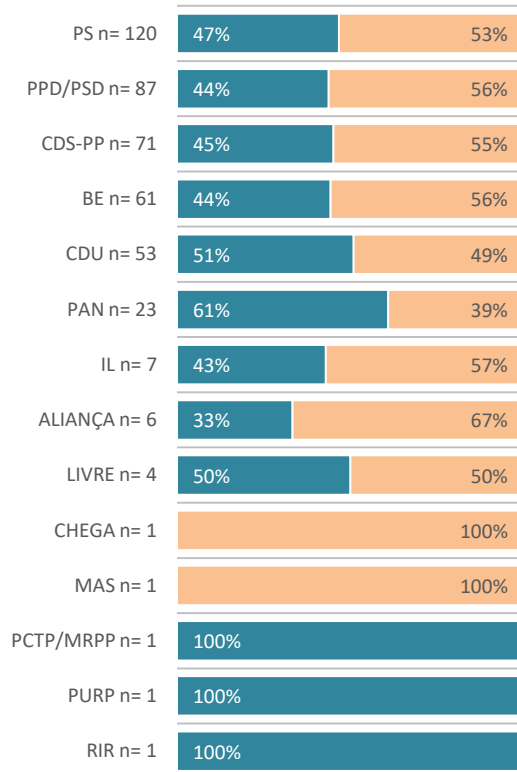
■ Com voz
■ Sem voz

Observa-se uma amplitude muito acentuada entre o número de presenças das candidaturas. Verifica-se ainda que 95% das peças concentram-se sobre os protagonistas das seis candidaturas com deputados eleitos para a Assembleia da República (AR), em 2015. No entanto, à exceção do PAN, são também estas as únicas candidaturas alvo de crítica sem espaço na mesma peça para apresentarem a sua perspetiva sobre o tema.

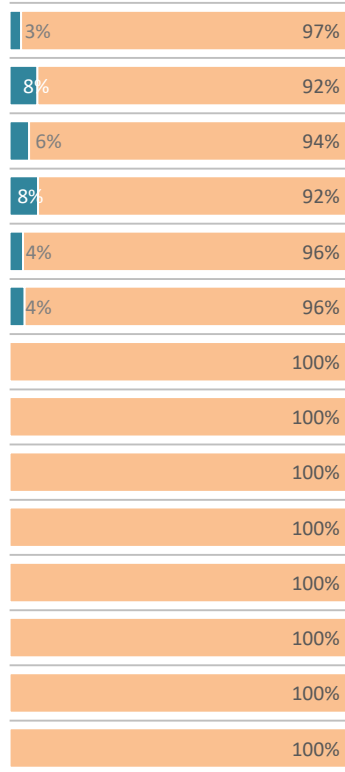
Cinco das candidaturas sem representação parlamentar, cada uma somente com uma presença, vêm a sua mensagem veiculada apenas em discurso indireto. Consta-se que as restantes candidaturas são referenciados maioritariamente em peças em que não tem voz.

RESULTADOS DIÁRIO DE NOTÍCIAS (ONLINE)

Representação gráfica



Citação



■ Sim
■ Não

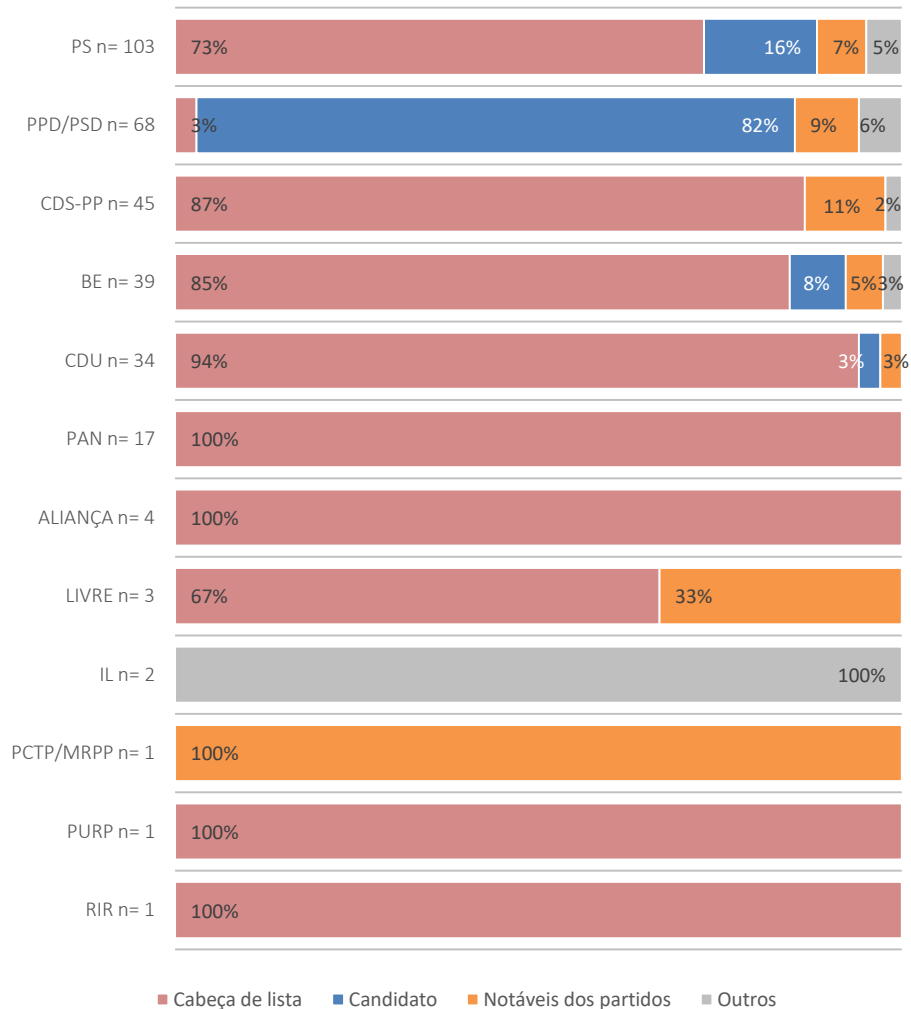
Na análise da cobertura da campanha eleitoral constata-se que a representação gráfica associada às candidaturas está presente na quase totalidade das candidaturas, destacando-se o PAN.

A presença das candidaturas do Chega e o MAS não tem qualquer apoio visual.

As citações, quando destacadas a negrito e indentadas no corpo da notícia, são formas de destacar uma determinada ideia de um ator político. Verifica-se que é exclusivamente nas candidaturas de partidos com assento parlamentar que esta forma de mediatização está presente.

RESULTADOS DIÁRIO DE NOTÍCIAS (ONLINE)

Principal representante



Sexo do principal representante



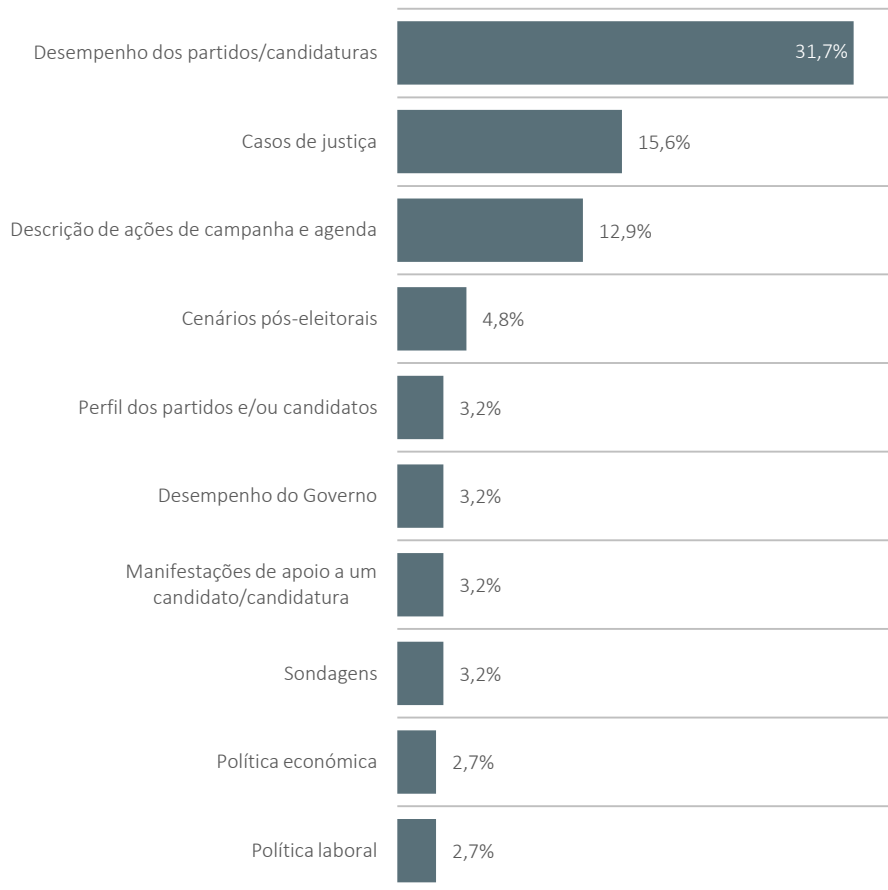
n = 318 referências a representantes

Na cobertura da campanha eleitoral salienta-se a visibilidade dada aos cabeças de lista por um dos círculos eleitorais. No caso da candidatura do PSD o protagonismo é sobretudo de Rui Rio, presidente do partido, enquanto número dois pela lista do Porto, ou seja, como candidato. Divergem deste padrão o PCTP/MRPP, cuja peça analisada é protagonizada pelo histórico líder do partido, Arnaldo Matos; e o IL, representado pelo seu Presidente.

Os atores do sexo feminino estão presente em um quarto das peças, sobretudo associados às candidaturas do BE e do CDS-PP, partidos liderados por mulheres.

RESULTADOS DIÁRIO DE NOTÍCIAS (ONLINE)

Top 10 dos principais temas



n = 186

O tema mais abordado ao longo da campanha eleitoral é o do “desempenho dos partidos”, consubstanciado nas críticas intrapartidárias, interpartidárias e de atores externos ao processo eleitoral da ação, e na performance dos candidatos. Estas observações podem ser, entre outras, sobre as suas capacidades para responder às questões políticas do país - positivas ou negativas - ou a respeito do seu desempenho em debates e encontros partidários.

O Caso Tancos ocupa parte substancial da agenda de campanha, sendo responsável pela relevância da categoria “casos de justiça”.

O tema centrado na descrição de ações de campanha e agenda surge também com frequência, aferindo-se deste dado que o jornais são um meio para os partidos divulgarem as suas atividades de campanha.

Verifica-se uma secundarização da mediatização das propostas concretas analisadas por áreas políticas. Das 19 áreas temáticas de políticas públicas, consideradas na análise, somente duas se encontram entre os dez temas mais assinalados.



DIÁRIO DE NOTÍCIAS

ONLINE



ANEXOS

DIÁRIO DE NOTÍCIAS: Principais temas

Tema	PS	PPD/ PSD	CDS-PP	BE	CDU	PAN	IL	Aliança	LIVRE	RIR	CHEGA	MAS	PCTP/ MRPP	PURP	Total
Desempenho s partidos/candidaturas	60	48	34	28	25	12	2	3	-	1	-	-	-	-	213
Descrição de ações de campanha e agenda	22	12	15	15	16	7	1	2	2	1	-	1	1	1	96
Casos de justiça	26	21	15	9	10	1	-	1	-	-	-	-	-	-	83
Perfil dos partidos e/ou candidatos	13	12	9	9	8	4	2	2	-	-	1	-	-	-	60
Cenários pós-eleitorais	9	6	4	4	4	1	2	1	1	-	1	-	-	-	33
Sondagens	6	3	3	2	2	1	1	-	1	-	-	-	-	-	19
Política laboral	4	5	4	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	17
Desempenho do Governo	5	3	3	1	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	15
Tópicos dos programas /manifestos eleitorais das candidaturas	3	2	2	2	2	1	-	1	-	-	-	-	-	-	13
Desinformação	3	1	-	3	1	3	2	-	-	-	-	-	-	-	13
Política económica	4	3	1	1	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	12
Política de saúde	3	3	2	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12
Política de ambiente	2	2	2	1	1	3	-	1	-	-	-	-	-	-	12
Manifestações de apoio a um candidato/candidatura	2	3	3	1	1	1	-	1	-	-	-	-	-	-	12
Política fiscal	2	1	1	2	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	7
Políticas de habitação	1	1	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	6
Política de transportes	2	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6
Política de obras públicas	3	1	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	6
Política orçamental	2	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5
Situação social portuguesa	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4
Política de educação e ciência	1	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3
Política de justiça	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Política cultural	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Política de defesa	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Políticas sociais	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Modernização administrativa	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1
Outro	1	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	3
Total	178	133	105	87	81	39	12	12	4	2	2	1	1	1	658

Nota: As variáveis Tema e Formações são de seleção múltipla



EXPRESSO DIÁRIO
ONLINE

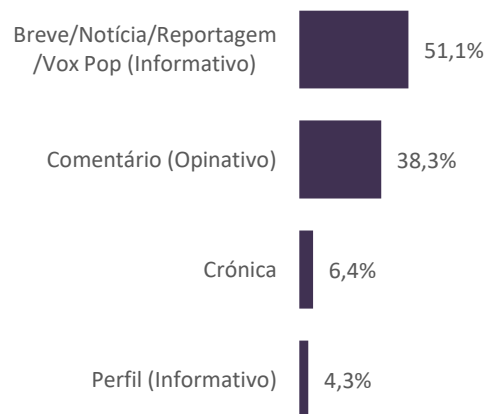
RESULTADOS EXPRESSO (ONLINE)

Total de peças

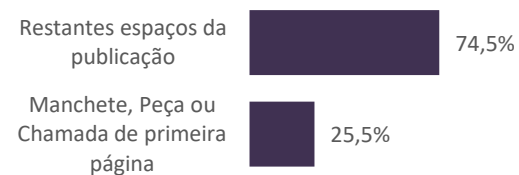
Expresso (Online)

47

Gênero jornalístico



Destaque da primeira página

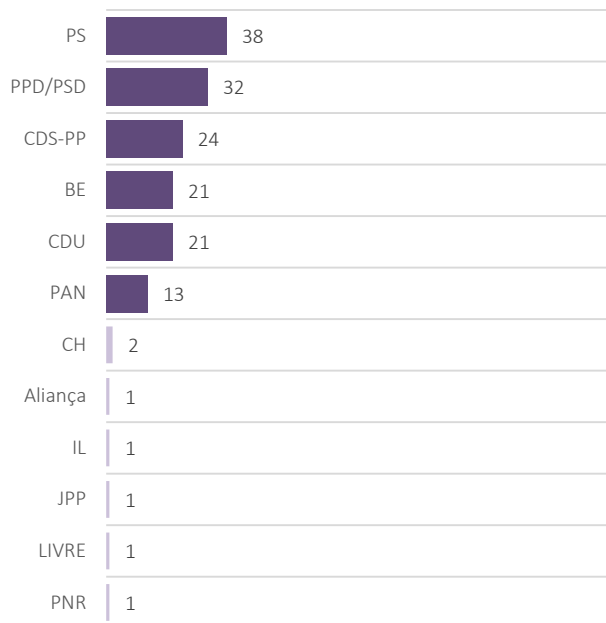


Durante o período de campanha eleitoral foram publicadas 47 peças com a presença de candidaturas às eleições legislativas. Estas são maioritariamente informativas. No entanto, as peças de opinião representam uma percentagem elevada do universo de artigos considerados.

Cerca de um quarto das peças avaliadas têm destaque na primeira página desta edição diária .

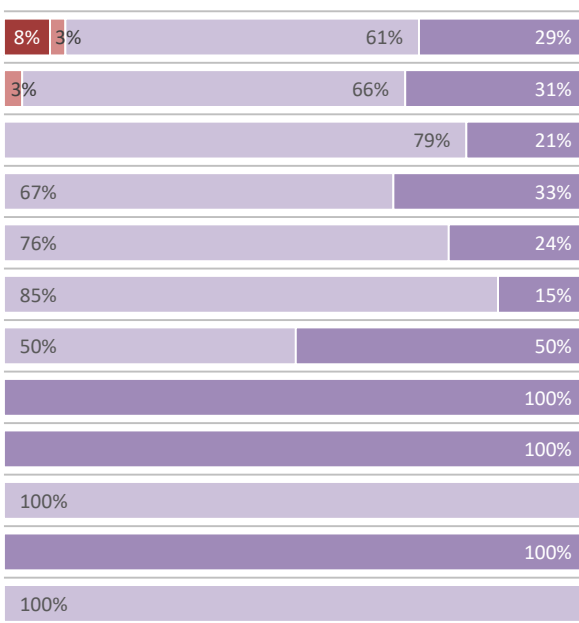
RESULTADOS EXPRESSO (ONLINE)

Presenças



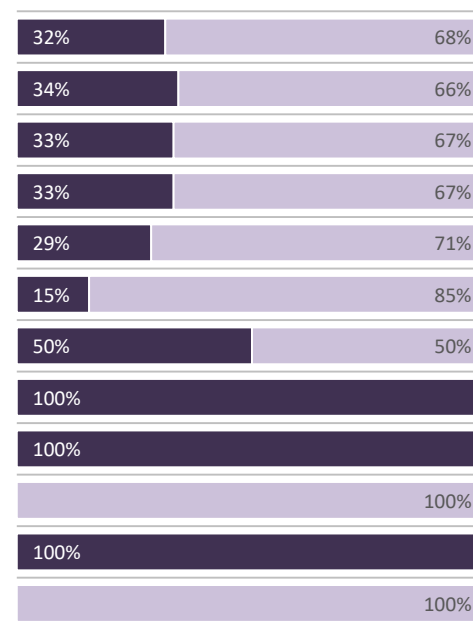
n = 156 presenças de candidaturas

Qualidade



■ Destinatário ou alvo ■ Protagonista e alvo
■ De quem se fala ■ Quem fala

Vozes



■ Com voz
■ Sem voz

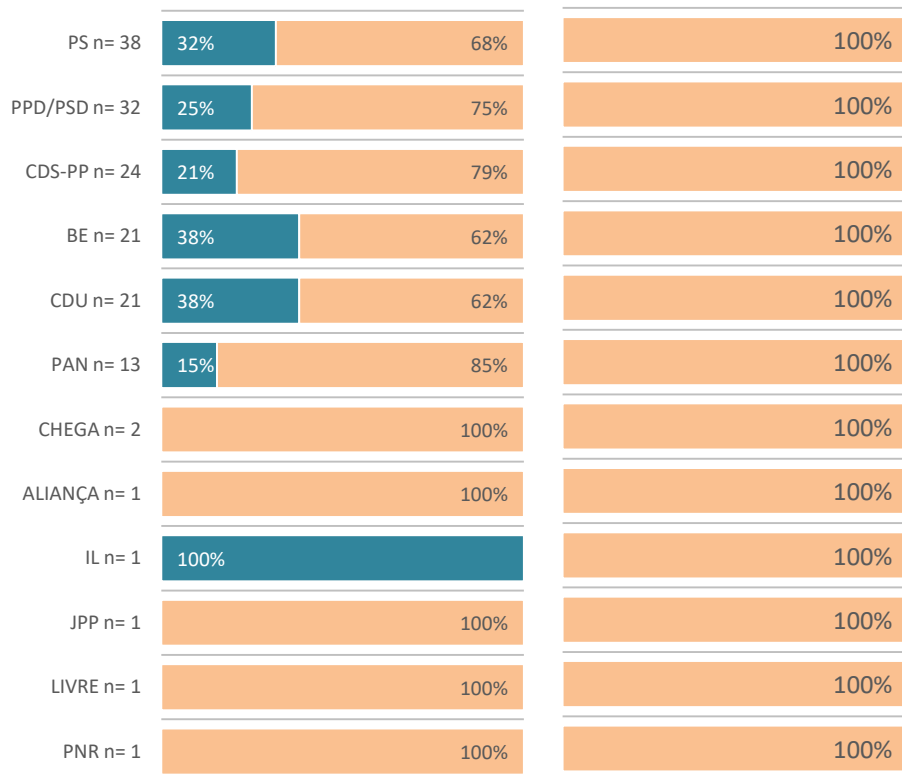
Observa-se alguma concentração entre o número de presenças das candidaturas. Como consequência, verifica-se que 95% das peças se centram sobre protagonistas das seis candidaturas com deputados eleitos para a Assembleia da República (AR), em 2015. Apenas seis partidos fora da arena parlamentar têm presenças nas edições semanais.

Somente o PS é alvo de crítica sem espaço na mesma peça para apresentar a sua perspetiva sobre o tema.

A maioria dos partidos têm a sua mensagem veiculada em discurso direto. JPP e PRN vêem a sua mensagem veiculada apenas em discurso indireto.

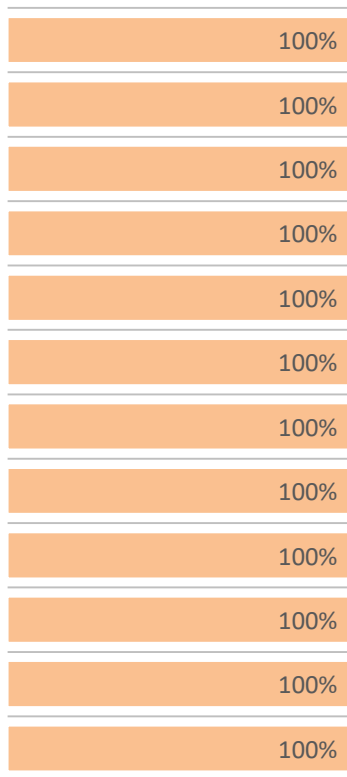
RESULTADOS EXPRESSO (ONLINE)

Representação gráfica



■ Sim
■ Não

Citação

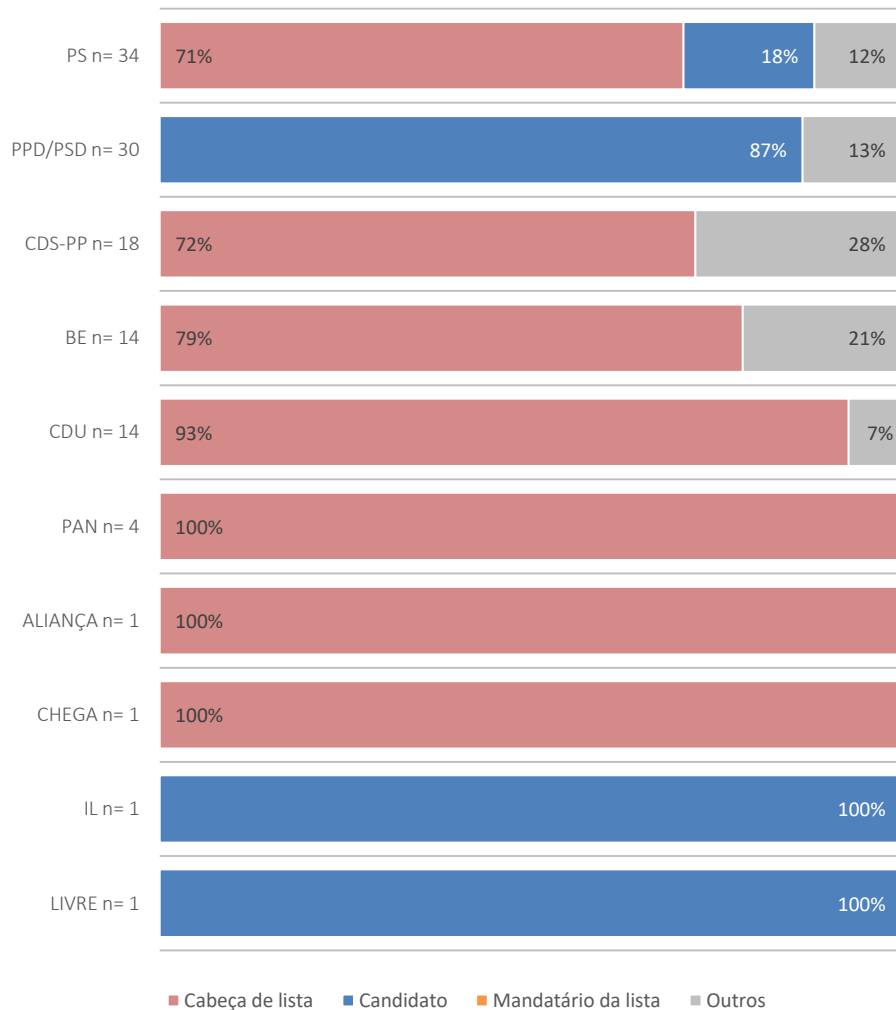


Na análise da cobertura da campanha eleitoral constata-se que a representação gráfica associada às candidaturas está presente na totalidade das candidaturas com assento parlamentar, com maior relevo nos casos do BE, CDU e PS. Dos partidos sem presença parlamentar à data da campanha eleitoral somente a referência ao IL se faz acompanhar de imagem.

Não existem quaisquer citações ou destaques de uma determinada ideia de um ator político na mediatização das candidaturas pelo Expresso Diário.

RESULTADOS EXPRESSO (ONLINE)

Principal representante



Sexo do principal representante



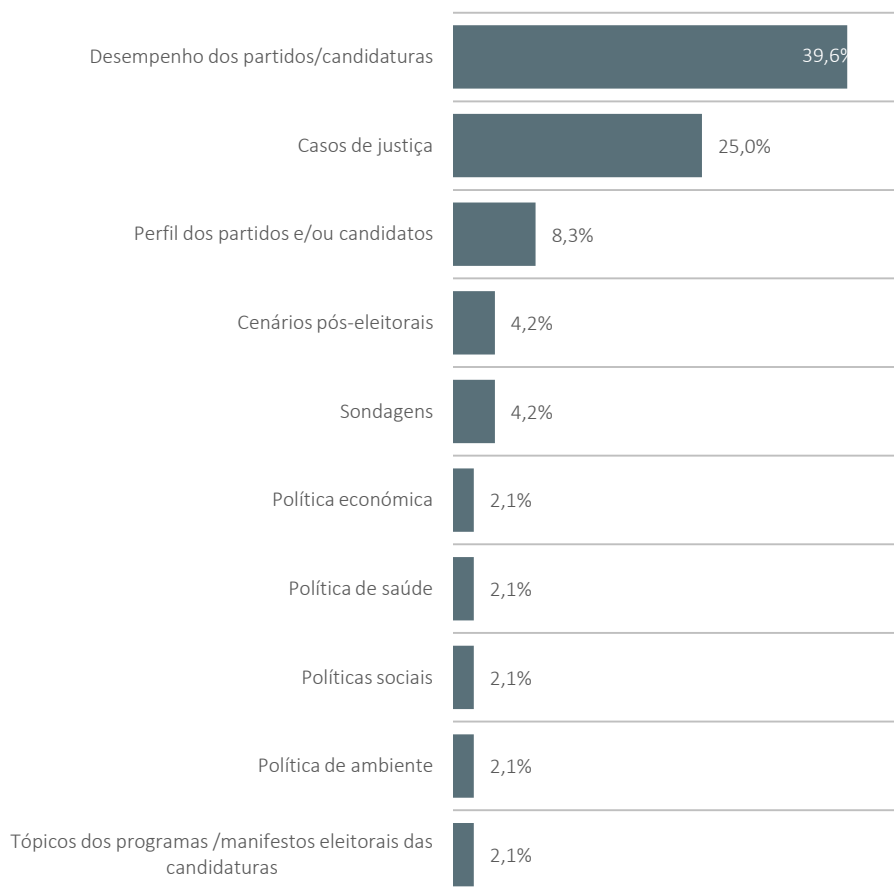
n = 118 referências a representantes

Na cobertura da campanha eleitoral salienta-se a visibilidade dada aos cabeças de lista por um dos círculos eleitorais. No caso da candidatura do PSD o protagonismo é sobretudo de Rui Rio, presidente do partido, enquanto número dois pela lista do Porto, ou seja, como candidato. O mesmo acontece com o Livre e o IL.

Os atores do sexo feminino estão presente em cerca de um terço das peças, sobretudo associados às candidaturas do BE e do CDS-PP, partidos liderados por mulheres.

RESULTADOS EXPRESSO (ONLINE)

Top 10 dos principais temas



n = 48

O tema mais abordado ao longo da campanha eleitoral é o do “desempenho dos partidos”, consubstanciado nas críticas intrapartidárias, interpartidárias e de atores externos ao processo eleitoral da ação, e na performance dos candidatos. Estas observações podem ser, entre outras, acerca das suas capacidades para responder às questões políticas do país - positivas ou negativas - ou do seu desempenho em debates e encontros partidários.

O Caso Tancos ocupa parte substancial da agenda de campanha, sendo responsável pela relevância da categoria “casos de justiça”.

Verifica-se uma secundarização da mediatização das propostas concretas analisadas por áreas políticas. Das 19 áreas temáticas de políticas públicas, consideradas na análise, somente quatro se encontram entre os dez temas mais assinalados.



EXPRESSO DIÁRIO

ONLINE



ANEXOS

EXPRESSO: Principais temas

Tema	PS	PPD/PSD	CDS-PP	BE	CDU	PAN	CHEGA	Aliança	IL	JPP	LIVRE	PNR	Total
Desempenho dos partidos/candidaturas	14	12	8	10	9	4	1	-	1	-	1	1	61
Casos de justiça	12	10	6	3	4	-	1	1	-	-	-	-	37
Sondagens	2	2	2	2	2	2	-	-	-	-	-	-	12
Cenários pós-eleitorais	2	1	2	2	2	1	-	-	-	-	-	-	10
Perfil dos partidos e/ou candidatos	4	3	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8
Política de saúde	1	1	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	6
Tópicos dos programas /manifestos eleitorais das candidaturas	1	1	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	6
Descrição de ações de campanha e agenda	1	1	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	6
Política económica	1	1	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	4
Políticas sociais	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Política de ambiente	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1
Outro	1	1	1	1	1	2	-	-	-	1	-	-	8
Total	39	33	24	21	22	14	2	1	1	1	1	1	160

Nota: As variáveis Tema e Formações são de seleção múltipla



JORNAL I



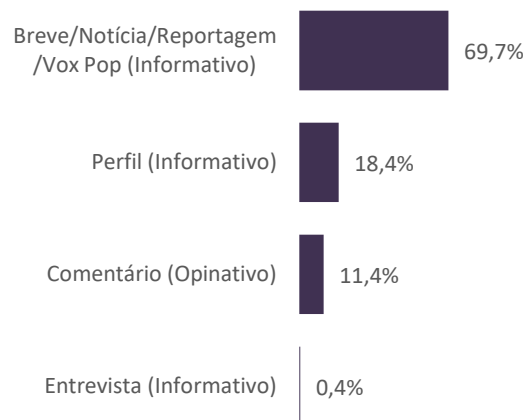
RESULTADOS JORNAL I

Total de peças

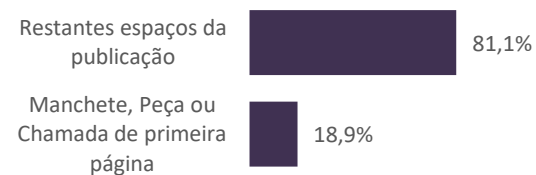
Jornal i

228

Género jornalístico



Destaque da primeira página

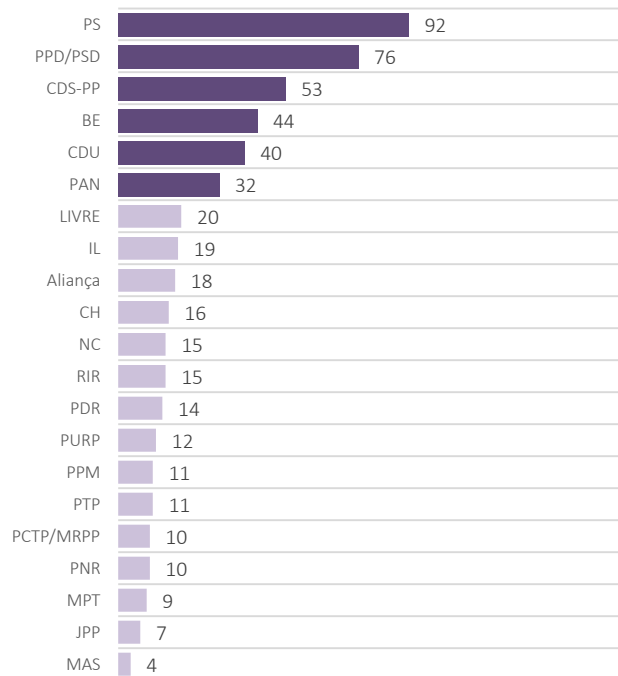


Durante o período de campanha eleitoral foram publicadas 228 peças com a presença de candidaturas às eleições legislativas. Estas são maioritariamente informativas. As peças de perfil dos candidatos representam cerca de um quinto do total de peças e os artigos de opinião cerca de 11%. As entrevistas representam uma percentagem residual do universo analisado.

Cerca de uma em cada cinco peças é destacada na primeira página da publicação.

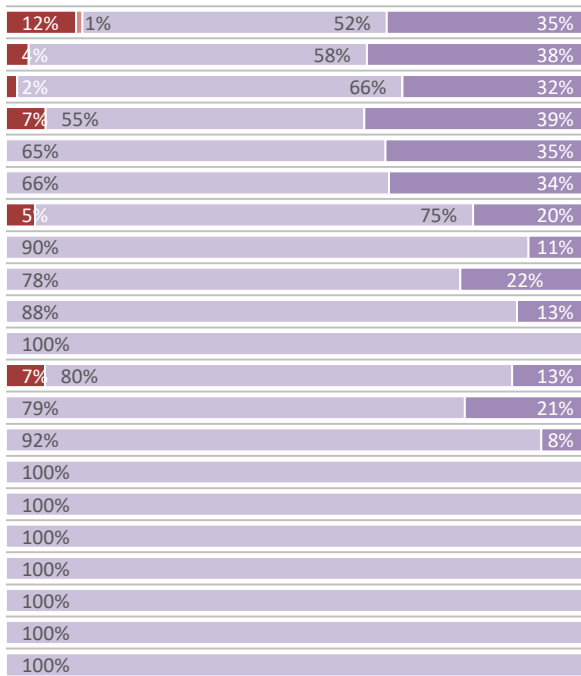
RESULTADOS JORNAL I

Presenças



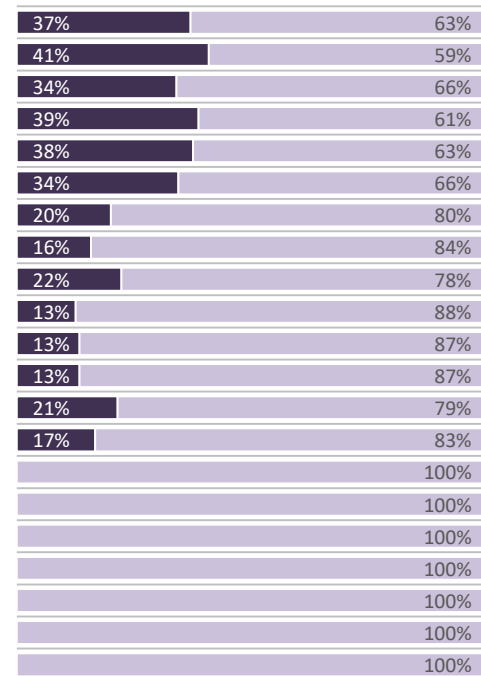
n = 528 presenças de candidaturas

Qualidade



■ Destinatário ou alvo
 ■ Protagonista e alvo
■ De quem se fala
 ■ Quem fala

Vozes



■ Com voz
■ Sem voz

O Jornal I deu presença a todos os partidos candidatos às eleições Legislativas de 2019.

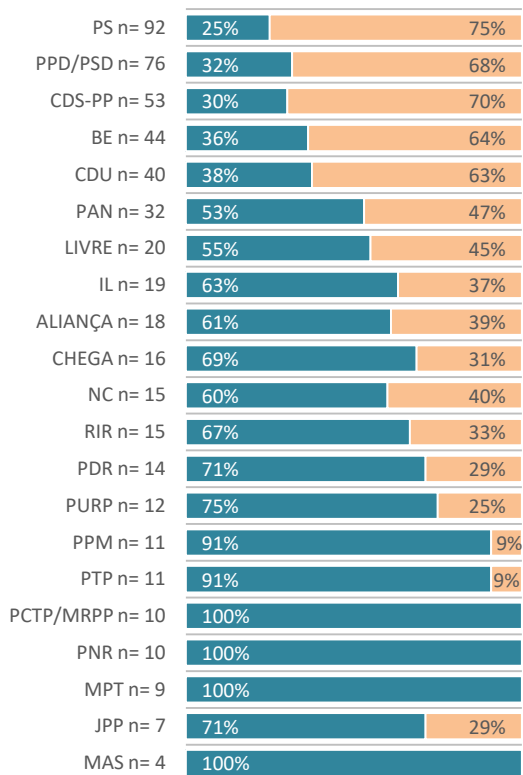
Verifica-se uma amplitude acentuada entre o número de presenças das candidaturas. Outrossim, 64% das peças concentram-se em protagonistas das seis candidaturas com deputados eleitos para a Assembleia da República (AR), em 2015.

Somente seis dos 21 partidos presentes nas peças são alvo de crítica sem espaço na mesma peça para apresentar a sua perspetiva sobre o tema, sendo o PS aquele que mais vezes se encontra nessa posição.

Sete candidaturas têm a sua mensagem veiculada somente em discurso indireto, todas elas de partidos sem assento parlamentar.

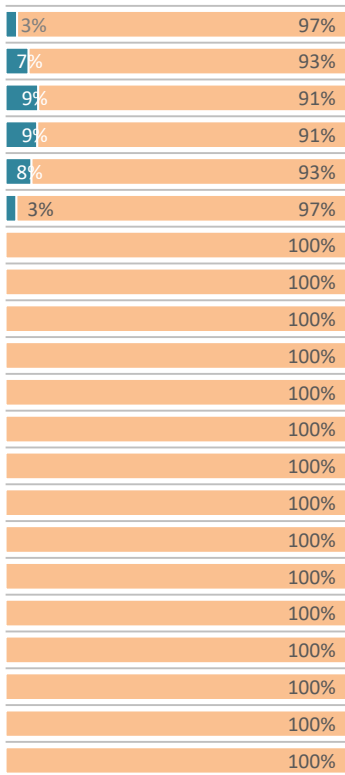
RESULTADOS JORNAL I

Representação gráfica



■ Sim
■ Não

Citação

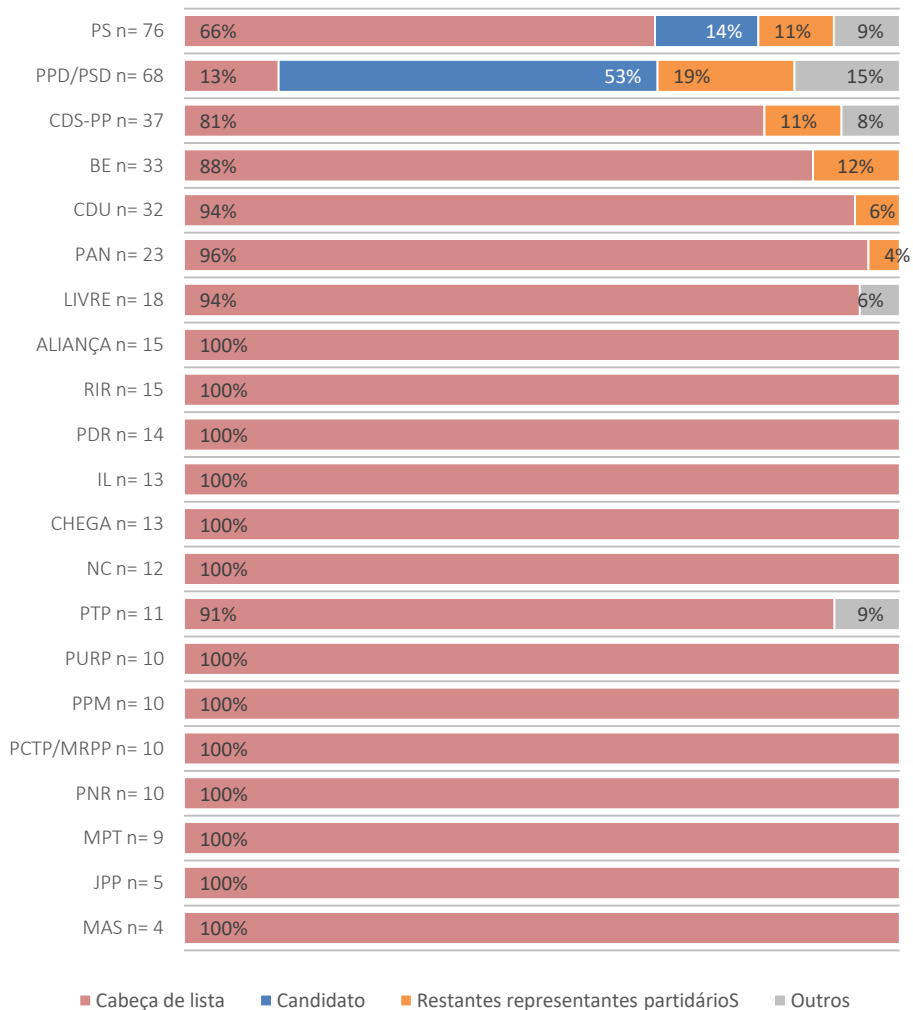


Do acompanhamento da cobertura da campanha eleitoral salienta-se que são os pequenos partidos aqueles que, proporcionalmente, mais vezes aparecem representados graficamente.

Pelo contrário, as citações, formas de destacar uma determinada ideia de um ator político, surgem somente associadas às candidaturas com assento parlamentar.

RESULTADOS JORNAL I

Principal representante



Sexo do principal representante



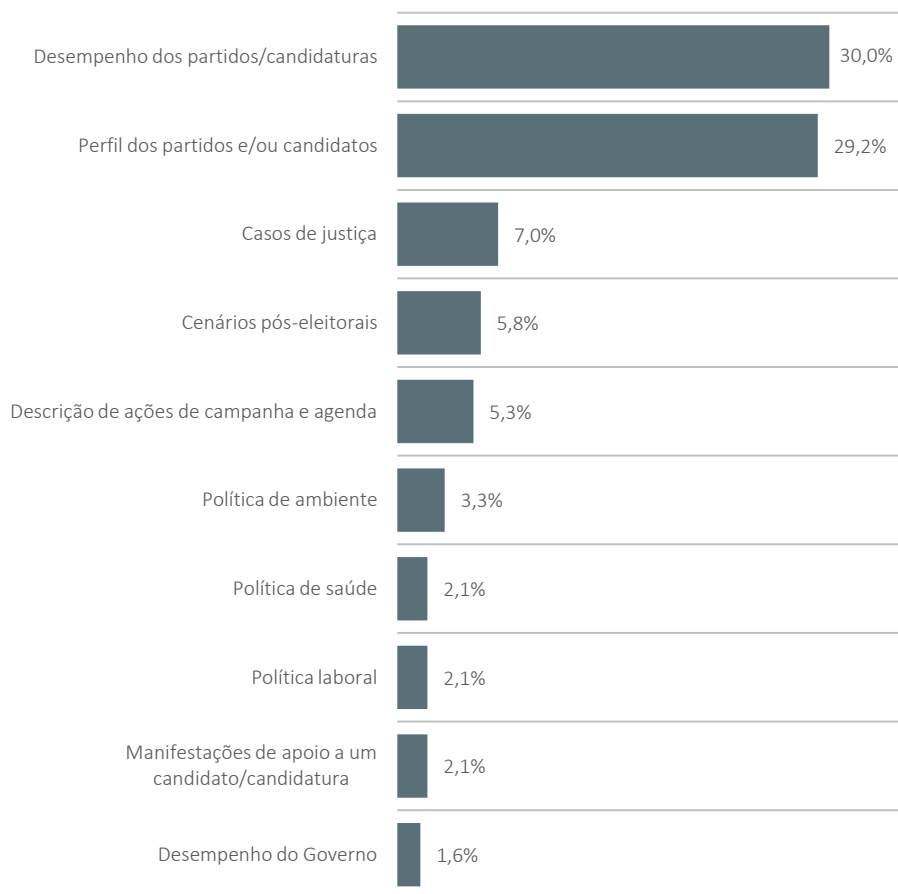
n = 438 referências a representantes

Na cobertura da campanha eleitoral salienta-se a visibilidade dada aos cabeças de lista por um dos círculos eleitorais. No caso da candidatura do PSD o protagonismo é sobretudo de Rui Rio, presidente do partido, enquanto número dois pela lista do Porto, ou seja, como candidato.

Os atores do sexo feminino estão presente em cerca de um terço das peças, sobretudo associados às candidaturas do BE e do CDS-PP, partidos liderados por mulheres.

RESULTADOS JORNAL I

Top 10 dos principais temas



n = 217

O tema mais mediatizado ao longo da campanha eleitoral é o do “desempenho dos partidos”, consubstanciado nas críticas intrapartidárias, interpartidárias e de atores externos ao processo eleitoral da ação, e na performance dos candidatos. Estas observações podem ser, entre outras, sobre as suas capacidades para responder às questões políticas do país - positivas ou negativas - ou a respeito do seu desempenho em debates e encontros partidários.

A par do desempenho, o tema “perfil dos partidos e/ou candidatos” assumiu também muita relevância nesta publicação.

Verifica-se uma secundarização da mediatização das propostas políticas concretas. Das 19 áreas temáticas de políticas públicas, consideradas na análise, somente três se encontram entre os dez temas mais assinalados.



JORNAL I

ANEXOS

JORNAL I: Qualidade da presença segundo a formação

Qualidade	PS	PPD/ PSD	CDS-PP	BE	CDU	PAN	LIVRE	IL Aliança	CHEGA	NC	RIR	PDR	PURP	PPM	PTP	PCTP/ MRPP	PNR	MPT	JPP	MAS	Total	
Destinatário ou alvo	11	3	1	3	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20	
Simultaneamente protagonista e alvo	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	
De quem se fala	48	44	35	24	26	21	15	17	14	14	15	12	11	11	11	10	10	9	7	4	369	
Quem fala	32	29	17	17	14	11	4	2	4	2	-	2	3	1	-	-	-	-	-	-	138	
Total	92	76	53	44	40	32	20	19	18	16	15	15	14	12	11	11	10	10	9	7	4	528

JORNAL I: Principais representantes segundo a formação

Tipo de representante	PS	PPD/ PSD	CDS-PP	BE	CDU	PAN	LIVRE	IL Aliança	CHEGA	NC	RIR	PDR	PURP	PPM	PTP	PCTP/ MRPP	PNR	MPT	JPP	MAS	Total	
Cabeça de lista	50	9	30	29	30	22	17	13	15	13	12	15	14	10	10	10	10	9	5	4	337	
Candidato	11	36	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	47	
Restantes representantes partidários	8	13	4	4	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	32	
Notáveis dos partidos	6	6	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13	
Secretário-geral, presidente e coordenador do partido	1	4	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	7	
Mandatário da lista	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	
Sem representante	16	8	16	11	8	9	2	6	3	3	3	-	2	1	-	-	-	-	2	-	90	
Total	92	76	53	44	40	32	20	19	18	16	15	15	14	12	11	11	10	10	9	7	4	528

JORNAL I: Sexo dos principais representantes segundo a formação

Sexo do representante	PS	PPD/ PSD	CDS-PP	BE	CDU	PAN	LIVRE	IL Aliança	CHEGA	NC	RIR	PDR	PURP	PPM	PTP	PCTP/ MRPP	PNR	MPT	JPP	MAS	Total	
Feminino	5	2	25	26	4	5	13	3	1	-	3	2	1	1	4	2	3	1	1	1	103	
Masculino	71	66	12	7	28	18	5	10	14	13	12	12	9	9	7	8	7	8	4	3	335	
Sem representante	16	8	16	11	8	9	2	6	3	3	-	-	2	1	-	-	-	-	2	-	90	
Total	92	76	53	44	40	32	20	19	18	16	15	15	14	12	11	11	10	10	9	7	4	528

JORNAL I: Principais temas

Tema	PS	PPD/ PSD	CDS-PP	BE	CDU	PAN	LIVRE	IL	Aliança	CHEGA	NC	RIR	PDR	PURP	PPM	PTP	PCTP/ MRPP	PNR	MPT	JPP	MAS	Total
Perfil dos partidos e/ou candidatos	14	16	12	12	11	11	9	8	8	8	9	8	8	8	8	8	8	8	8	4	4	190
Desempenho dos partidos/candidaturas	36	27	19	11	11	7	4	5	4	3	2	5	1	1	-	1	-	-	-	2	-	139
Casos de justiça	15	13	9	6	6	3	1	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	55
Cenários pós-eleitorais	10	9	6	4	2	2	1	1	1	1	-	1	-	1	-	-	-	-	-	1	-	40
Descrição de ações de campanha e agenda	6	5	3	3	3	1	-	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	24
Manifestações de apoio a um candidato/candidatura	2	2	3	3	2	1	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15
Desempenho do Governo	4	4	-	1	1	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	12
Política de ambiente	2	1	-	1	-	6	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11
Tópicos dos programas /manifestos eleitorais das candidaturas	-	-	1	1	1	1	-	2	2	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10
Outras áreas políticas	1	1	2	1	1	-	-	1	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	9
Política de saúde	2	1	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	7
Política laboral	1	-	-	1	2	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6
Corrupção	1	2	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	6
Políticas de habitação	-	-	-	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3
Política de transportes	-	-	-	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3
Política de justiça	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3
Sondagens	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3
Desinformação	1	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3
Política orçamental	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Política de promoção da igualdade de género	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Política de defesa	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Política económica	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Política de obras públicas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Situação social portuguesa	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Processo Eleitoral	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Outro	-	-	-	-	-	-	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	-	25
Total	99	85	59	50	44	34	21	22	20	19	15	16	14	13	11	11	10	10	9	8	4	574

Nota: As variáveis Tema e Formações são de seleção múltipla



JORNAL DE NOTÍCIAS

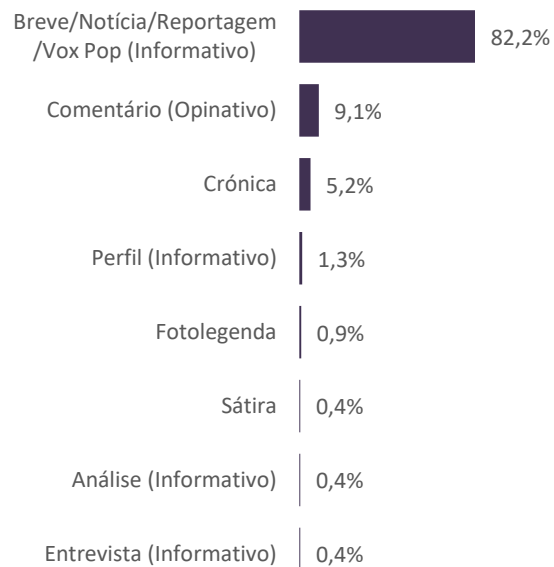
RESULTADOS JORNAL DE NOTÍCIAS

Total de peças

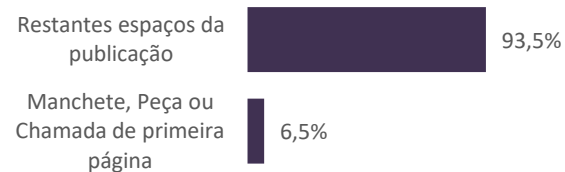
Jornal de Notícias

230

Género jornalístico



Destaque da primeira página

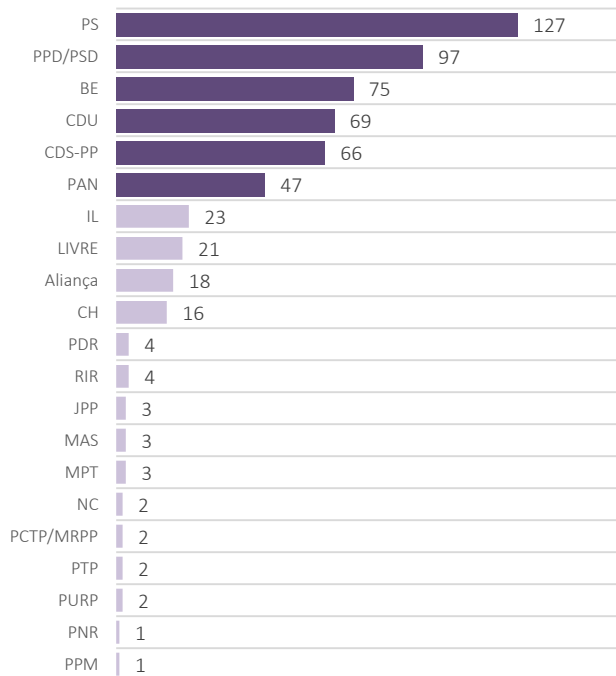


Durante o período de campanha eleitoral foram publicadas 230 peças com a presença de candidaturas às eleições legislativas. Estas são maioritariamente informativas; os artigos de opinião representam cerca de 9%. As entrevistas representam uma percentagem residual do universo de peças analisadas.

Regista-se que somente 6,5% das peças foi destacada na primeira página da publicação.

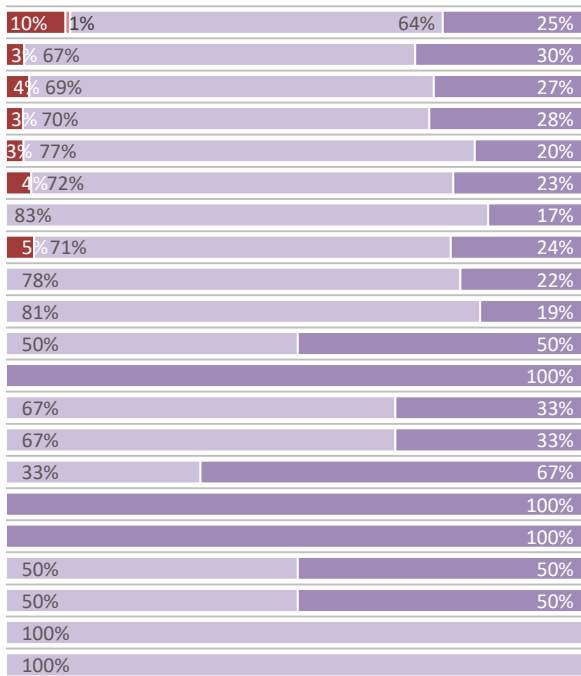
RESULTADOS JORNAL DE NOTÍCIAS

Presenças



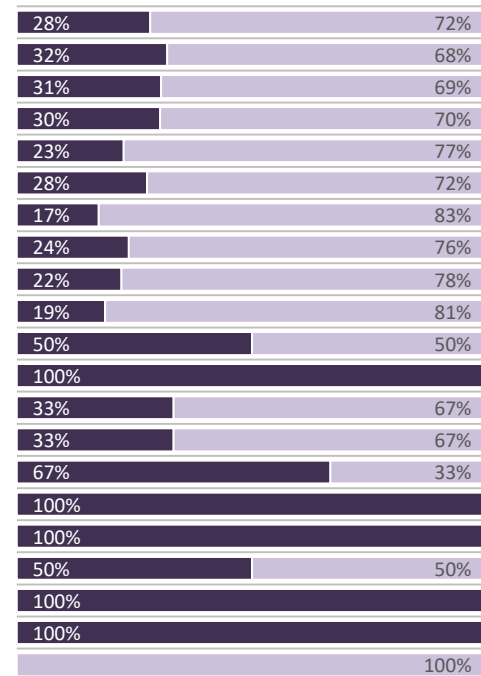
n = 586 presenças de candidaturas

Qualidade



■ Destinatário ou alvo ■ Protagonista e alvo
■ De quem se fala ■ Quem fala

Vozes



■ Com voz
■ Sem voz

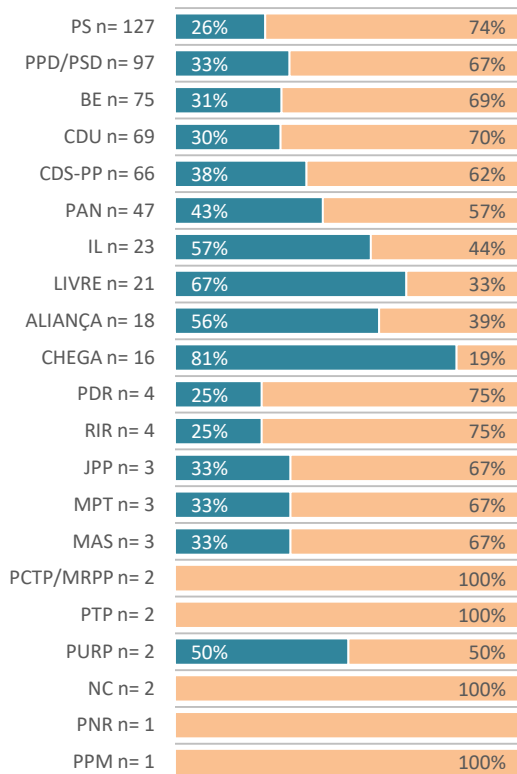
Verifica-se uma amplitude acentuada entre o número de presenças das candidaturas. Consta-se que 82% das peças concentram-se em protagonistas das seis candidaturas com deputados eleitos para a Assembleia da República (AR), em 2015.

Somente sete dos 21 partidos presentes nas peças são alvo de crítica sem espaço na mesma peça para apresentar a sua perspetiva sobre o tema, sendo o PS aquele que mais vezes se encontra nessa posição.

Todas as candidaturas têm a sua mensagem veiculada em discurso direto ou indireto, à exceção do PPM, presente em uma peça, partido a que nunca é dada voz.

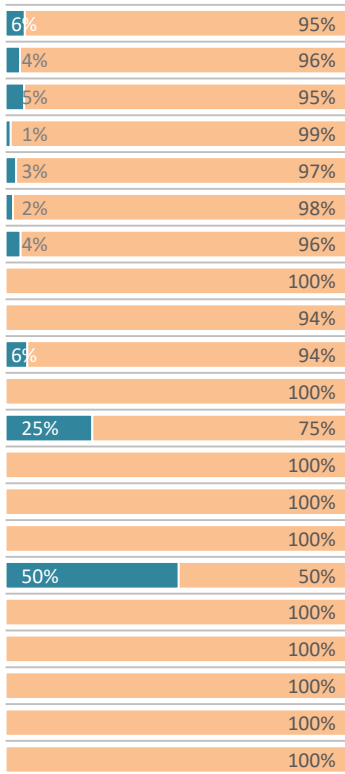
RESULTADOS JORNAL DE NOTÍCIAS

Representação gráfica



■ Sim
■ Não

Citação

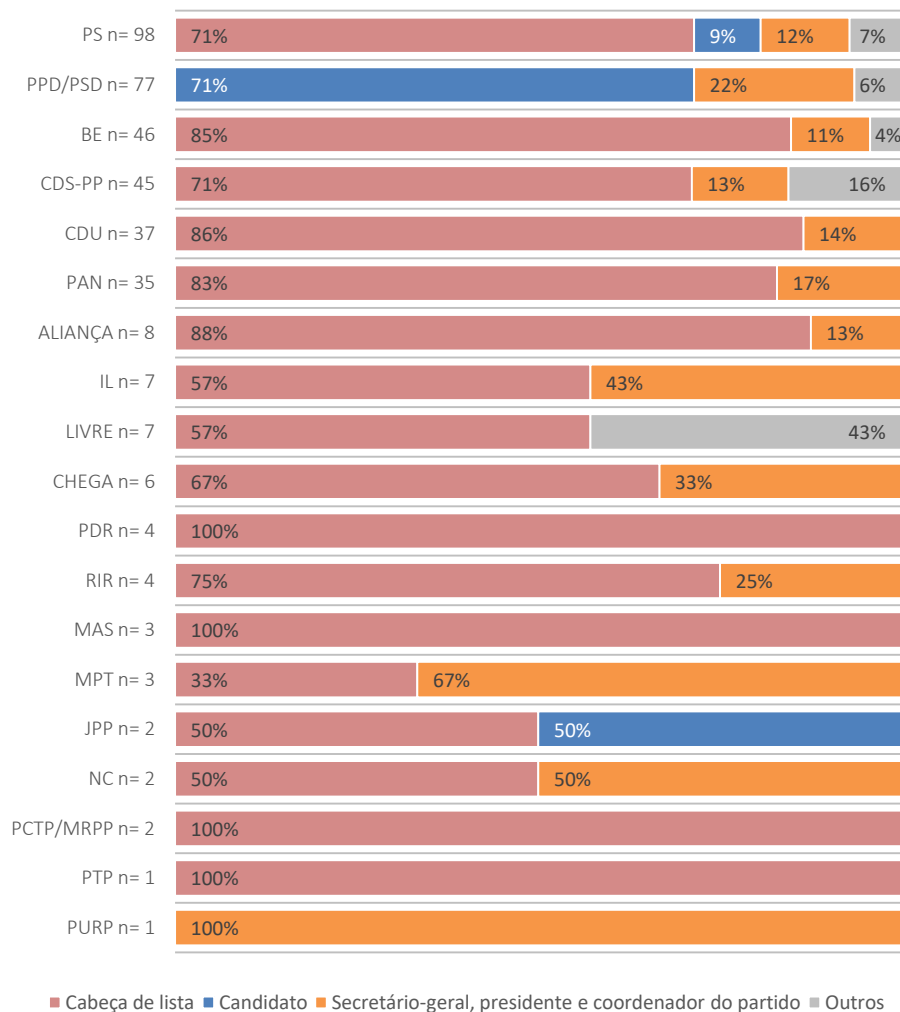


Da cobertura da campanha eleitoral um partido, o Chega, destaca-se como a candidatura com maior percentagem de peças com recurso a representação gráfica, significando em termos absolutos 13 em 16 peças. Verifica-se também que é entre os partidos sem representação parlamentar que este recurso assume maior peso relativo.

As citações, formas de destacar uma determinada ideia de um ator político, não são frequentes nesta publicação, sendo residuais nos partidos com assento parlamentar.

RESULTADOS JORNAL DE NOTÍCIAS

Principal representante



Sexo do principal representante



n = 388 referências a representantes

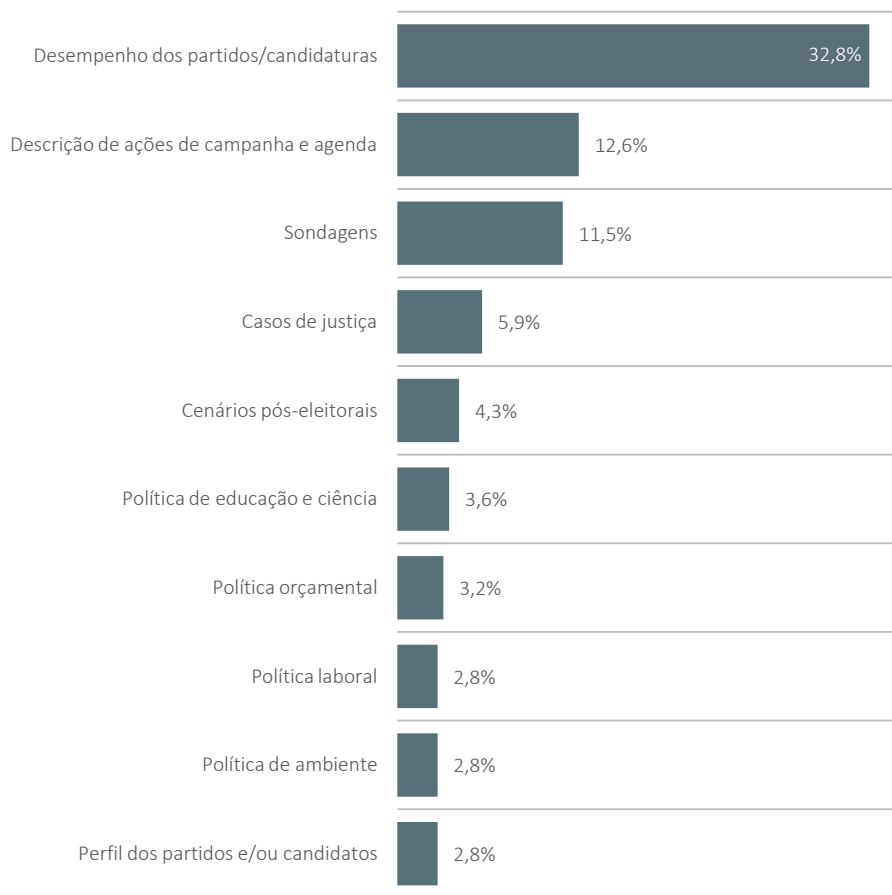
Da análise da cobertura da campanha eleitoral salientam-se duas observações relativas aos tipos de representante a quem é dado o protagonismo da peça:

- por um lado, a dupla condição de secretário-geral e cabeça de lista por um dos círculos eleitorais da generalidade dos líderes partidários faz com que a presença destes atores seja contabilizada em ambas as categorias. Assim, na maioria dos artigos nos quais o principal representante é o cabeça de lista da candidatura, este é também o secretário-geral do partido. No caso do PSD este facto não se verifica, pois o presidente do partido não é cabeça de lista por nenhum distrito nas eleições legislativas para a AR em 2019;
- por outro lado, a presença de candidatos é baixa ou nula na cobertura da maioria das candidaturas.

Os atores do sexo feminino estão presente em cerca de um quarto das peças, sobretudo associados às candidaturas do BE e do CDS-PP, partidos liderados por mulheres.

RESULTADOS JORNAL DE NOTÍCIAS

Top 10 dos principais temas



n = 253

O tema mais mediatizado ao longo da campanha eleitoral é o do “desempenho dos partidos”, consubstanciado nas críticas intrapartidárias, interpartidárias e de atores externos ao processo eleitoral da ação e da performance dos candidatos. Estas observações podem ser, entre outras, acerca das suas capacidades para responder às questões políticas do país - positivas ou negativas - ou do seu desempenho em debates e encontros partidários.

O “descrição de ações de campanha e agenda” surge também como tema de relevo, aferindo-se deste dado que o jornais são um meio de os partidos divulguem as suas atividades de campanha.

As peças de divulgação de sondagens ocupam um décimo da agenda de campanha, uma vez que o Jornal de Notícias era parte de um consórcio de clientes de sondagens, em conjunto com a TVI e a TSF.

Verifica-se uma secundarização da mediatização das propostas de políticas concretas. Das 19 áreas temáticas de políticas públicas, consideradas na análise, somente quatro se encontram entre os dez temas mais assinalados.



JORNAL DE NOTÍCIAS

ANEXOS

JORNAL DE NOTÍCIAS: Qualidade da presença segundo a formação

Qualidade	PS	PPD/ PSD	BE	CDU	CDS-PP	PAN	IL	LIVRE	Aliança	CHEGA	PDR	RIR	JPP	MAS	MPT	NC	PCTP/ MRPP	PTP	PURP	PNR	PPM	Total
Destinatário ou alvo	13	3	3	2	2	2	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	26
Simultaneamente protagonista e alvo	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
De quem se fala	81	65	52	48	51	34	19	15	14	13	2	-	2	2	1	-	-	1	1	1	1	403
Quem fala	32	29	2-	19	13	11	4	5	4	3	2	4	1	1	2	2	2	1	1	-	-	136
Total	127	97	75	69	66	47	23	21	18	16	4	4	3	3	3	2	2	2	2	1	1	586

JORNAL DE NOTÍCIAS: Principais representantes segundo a formação

Tipo de representante	PS	PPD/ PSD	BE	CDU	CDS-PP	PAN	IL	LIVRE	Aliança	CHEGA	PDR	RIR	JPP	MAS	MPT	NC	PCTP/ MRPP	PTP	PURP	PNR	PPM	Total
Cabeça de lista	70	-	39	32	32	29	4	4	7	4	4	3	1	3	1	1	2	1	-	-	-	237
Candidato	9	55	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	65
Secretário-geral, presidente e coordenador do partido	12	17	5	5	6	6	3	-	1	2	-	1	-	-	2	1	-	-	1	-	-	62
Restantes representantes partidários	5	2	2	-	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13
Notáveis dos partidos	2	3	-	-	2	-	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10
Mandatário da lista	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Sem representante	29	20	29	32	21	12	16	14	10	10	-	-	1	-	-	-	-	1	1	1	1	198
Total	127	97	75	69	66	47	23	21	18	16	4	4	3	3	3	2	2	2	2	1	1	586

JORNAL DE NOTÍCIAS: Sexo dos principais representantes segundo a formação

Sexo do representante	PS	PPD/ PSD	BE	CDU	CDS-PP	PAN	IL	LIVRE	Aliança	CHEGA	PDR	RIR	JPP	MAS	MPT	NC	PCTP/ MRPP	PTP	PURP	PNR	PPM	Total
Feminino	2	1	44	-	39	1	-	4	-	-	-	-	2	-	-	-	2	-	-	-	-	95
Masculino	96	76	2	37	6	34	7	3	8	6	4	4	-	3	3	2	-	1	1	-	-	293
Sem representante	29	20	29	32	21	12	16	14	10	10	-	-	1	-	-	-	-	1	1	1	1	198
Total	127	97	75	69	66	47	23	21	18	16	4	4	3	3	3	2	2	2	2	1	1	586

JORNAL DE NOTÍCIAS: Principais temas

Tema	PS	PPD/ PSD	BE	CDU	CDS-PP	PAN	IL	LIVRE	Aliança	CHEGA	PDR	RIR	JPP	MAS	MPT	NC	PCTP/ MRPP	PTP	PURP	PNR	PPM	Total
Sondagens	27	24	20	20	21	17	15	14	13	13	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	185
Desempenho s partidos/candidaturas	46	30	25	17	21	11	4	2	4	2	1	3	1	-	1	2	-	2	2	-	1	175
Descrição de ações de campanha e agenda	11	8	8	7	6	3	3	-	1	1	3	-	-	2	1	-	-	-	-	-	-	54
Casos de justiça	12	11	5	5	9	3	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	49
Cenários pós-eleitorais	8	5	4	7	3	2	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30
Política fiscal	3	3	3	3	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16
Política de transportes	3	2	4	3	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16
Política de educação e ciência	3	3	2	2	2	2	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15
Política orçamental	6	6	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	14
Perfil dos partidos e/ou candidatos	4	2	1	2	2	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	13
Política laboral	2	-	1	3	-	2	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	10
Política de saúde	2	1	2	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	9
Política de ambiente	-	1	3	-	-	4	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9
Política económica	1	2	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	7
Políticas de habitação	1	1	2	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7
Desempenho do Governo	4	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6
Políticas sociais	-	-	1	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5
Política de obras públicas	1	1	1	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5
Corrupção	1	1	1	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5
Manifestações de apoio a um candidato/candidatura	-	2	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4
Política demográfica	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Processo Eleitoral	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Política de justiça	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Modernização administrativa	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Política de defesa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Situação social portuguesa	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Outro	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Total	138	106	85	76	73	53	24	22	20	17	5	4	3	3	3	2	3	2	2	1	1	643

Nota: As variáveis Tema e Formações são de seleção múltipla



OBSERVADOR

RESULTADOS OBSERVADOR

Total de peças

Observador

207

Durante o período de campanha eleitoral foram publicadas 207 peças com a presença de candidaturas às eleições legislativas. Estas são maioritariamente peças informativas; os artigos de opinião representam cerca de 11%. As entrevistas representam uma percentagem residual do universo considerado.

Género jornalístico

Breve/Notícia/Reportagem
/Vox Pop (Informativo)



87,9%

Comentário (Opinativo)



10,6%

Entrevista (Informativo)



1,0%

Análise (Informativo)

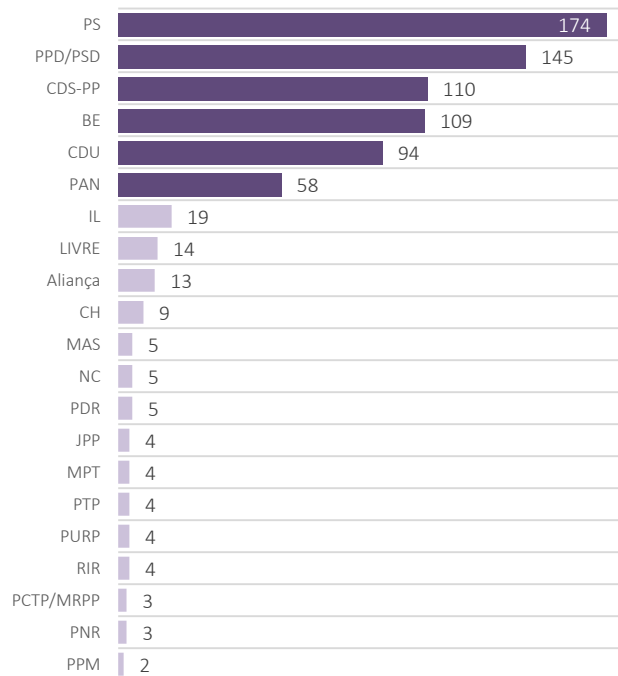


0,5%

Sendo uma publicação exclusivamente online o Observador não tem, à semelhança de outros títulos com o mesmo formato, uma primeira página na qual destaca os artigos com maior relevância no dia.

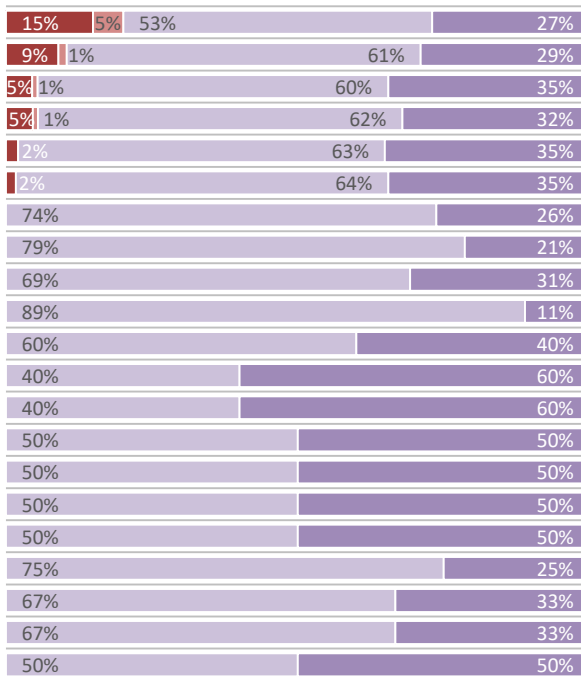
RESULTADOS OBSERVADOR

Presenças



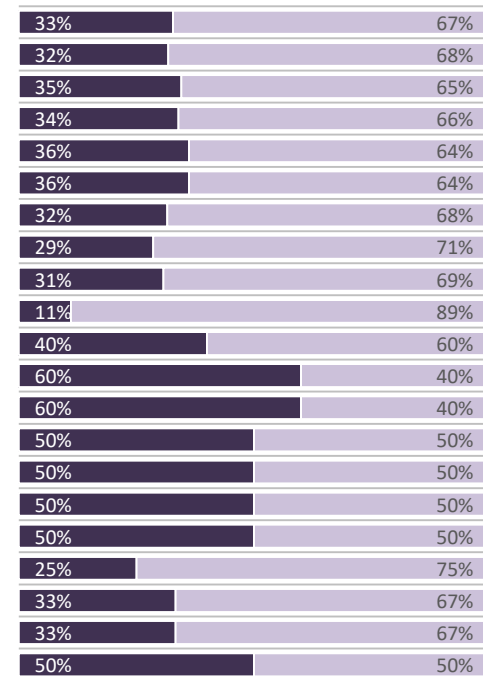
n = 788 presenças de candidaturas

Qualidade



■ Destinatário ou alvo ■ Protagonista e alvo
■ De quem se fala ■ Quem fala

Vozes



■ Com voz
■ Sem voz

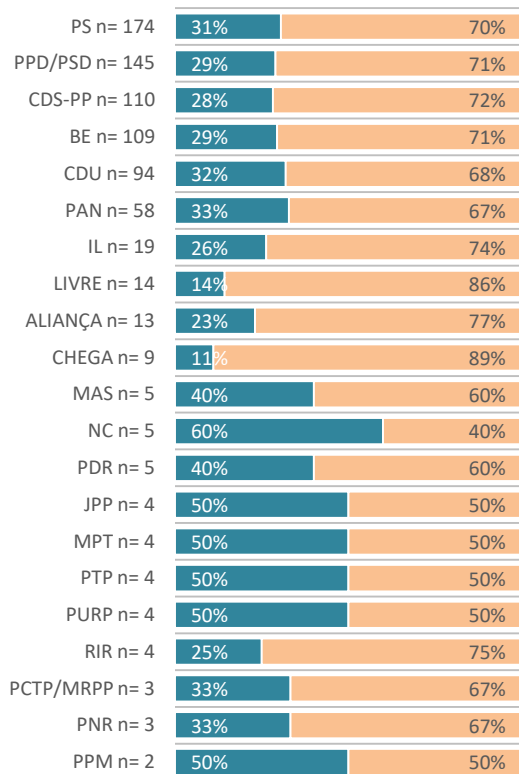
Verifica-se uma amplitude muito acentuada entre as presenças das candidaturas assinaladas. Constata-se que 88% das peças se concentra em protagonistas das seis candidaturas com deputados eleitos para a Assembleia da República (AR), em 2015.

Somente seis dos 21 partidos presentes nas peças são alvo de crítica sem espaço na mesma peça para apresentar a sua perspetiva sobre o tema, correspondendo aos partidos com assento parlamentar. O PS é aquele que mais vezes se encontra nessa posição.

Todas as candidaturas têm a sua mensagem veiculada em discurso direto e indireto.

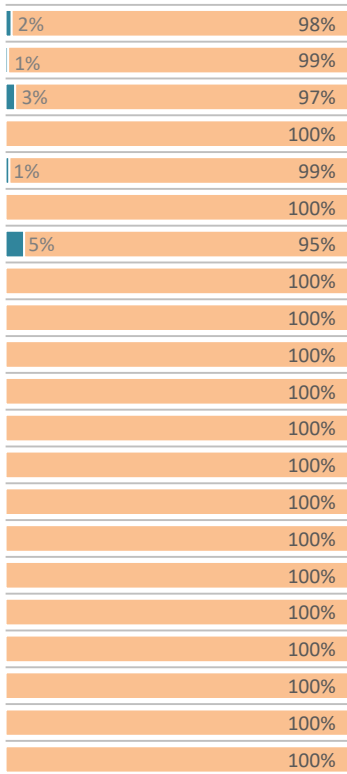
RESULTADOS OBSERVADOR

Representação gráfica



■ Sim
■ Não

Citação



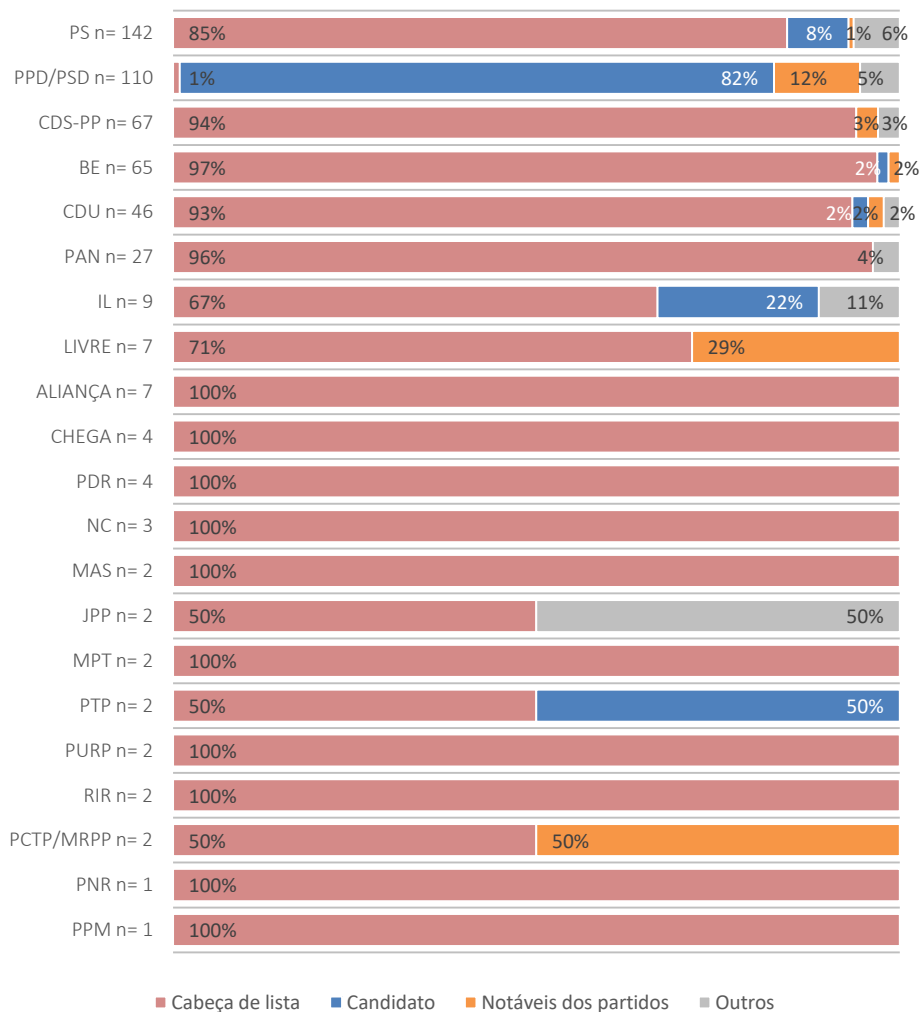
Da análise da cobertura da campanha eleitoral constata-se que são os pequenos partidos aqueles cujo peso da representação gráfica é maior.

No entanto, verifica-se que nos artigos do Observador todos os partidos foram associados a representações gráficas.

As citações, quando destacadas a negrito e indentadas no corpo da notícia, enquanto formas de destacar uma determinada ideia de um ator político, são residuais nesta publicação. A candidatura do IL foi aquela que mais vezes foi destacada, seguida pelo PS e CDS-PP.

RESULTADOS OBSERVADOR

Principal representante



Sexo do principal representante



n = 507 referências a representantes

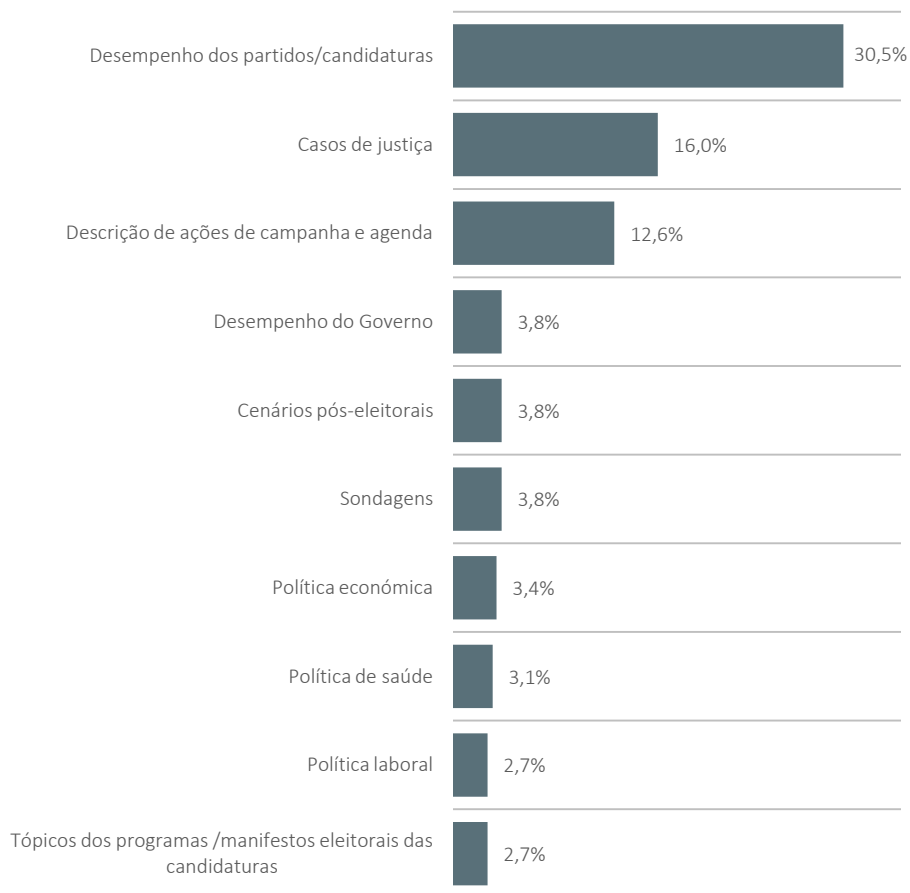
Da análise da cobertura da campanha eleitoral salientam-se duas observações relativas aos tipos de representante a quem é dado o protagonismo da peça:

- por um lado, a dupla condição de secretário-geral e cabeça de lista por um dos círculos eleitorais da generalidade dos líderes partidários faz com que a presença destes atores seja contabilizada em ambas as categorias. Assim, na maioria dos artigos nos quais o principal representante é o cabeça de lista da candidatura, este é também o secretário-geral do partido. No caso do PSD este facto não se verifica, pois o presidente do partido não é cabeça de lista por nenhum distrito nas eleições legislativas para a AR em 2019;
- por outro lado, a presença de candidatos é baixa ou nula na cobertura da maioria das candidaturas.

Os atores do sexo feminino estão presente em menos de um quarto das peças, sobretudo associados às candidaturas do BE e do CDS-PP, partidos liderados por mulheres.

RESULTADOS OBSERVADOR

Top 10 dos principais temas



n = 262

O tema mais mediatizado ao longo da campanha eleitoral é o do “desempenho dos partidos”, consubstanciado nas críticas intrapartidárias, interpartidárias e de atores externos ao processo eleitoral da ação e da performance dos candidatos. Estas observações podem ser, entre outras, acerca das suas capacidades para responder às questões políticas do país - positivas ou negativas - ou do seu desempenho em debates e encontros partidários.

O Caso Tancos ocupa um décimo da agenda de campanha, sendo responsável pela relevância da categoria “casos de justiça”.

O “descrição de ações de campanha e agenda” surge também como tema de relevo, aferindo-se deste dado que o jornais são um meio de os partidos divulgarem as suas atividades de campanha.

Verifica-se uma secundarização da mediatização de propostas políticas concretas. Das 19 áreas temáticas de políticas públicas, consideradas na análise, somente três se encontram entre os dez temas mais assinalados.



OBSERVADOR



ANEXOS

OBSERVADOR: Qualidade da presença segundo a formação

Qualidade	PS	PPD/ PSD	CDS-PP	BE	CDU	PAN	IL	LIVRE	Aliança	CHEGA	MAS	NC	PDR	JPP	MPT	PTP	PURP	RIR	PCTP/ MRPP	PNR	PPM	Total	
Destinatário ou alvo	26	13	5	5	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	52
Simultaneamente protagonista e alvo	9	2	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13
De quem se fala	92	88	66	68	59	37	14	11	9	8	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	475	
Quem fala	47	42	38	35	33	20	5	3	4	1	2	3	3	2	2	2	2	1	1	1	1	248	
Total	174	145	110	109	94	58	19	14	13	9	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	2	788	

OBSERVADOR: Principais representantes segundo a formação

Tipo de representante	PS	PPD/ PSD	CDS-PP	BE	CDU	PAN	IL	LIVRE	Aliança	CHEGA	MAS	NC	PDR	JPP	MPT	PTP	PURP	RIR	PCTP/ MRPP	PNR	PPM	Total	
Cabeça de lista	120	1	63	63	43	26	6	5	7	4	2	3	4	1	2	1	2	2	1	1	1	1	358
Candidato	12	90	-	1	1	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	107
Notáveis dos partidos	1	13	2	1	1	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	21
Restantes representantes partidários	8	6	2	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18
Secretário-geral, presidente e coordenador do partido	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	3
Sem representante	32	35	43	44	48	31	1	7	6	5	3	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	271	
Total	174	145	110	109	94	58	19	14	13	9	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	2	778	

OBSERVADOR: Sexo dos principais representantes segundo a formação

Sexo do representante	PS	PPD/ PSD	CDS-PP	BE	CDU	PAN	IL	LIVRE	Aliança	CHEGA	MAS	NC	PDR	JPP	MPT	PTP	PURP	RIR	PCTP/ MRPP	PNR	PPM	Total
Feminino	2	3	61	62	-	1	-	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	135
Masculino	140	107	6	3	46	26	9	2	7	4	2	3	4	2	2	2	2	2	1	1	1	372
Sem representante	32	35	43	44	48	31	10	7	6	5	3	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	281
Total	174	145	110	109	94	58	19	14	13	9	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	2	788

OBSERVADOR: Principais temas

Tema	PS	PPD/ PSD	CDS-PP	BE	CDU	PAN	IL	LIVRE	Aliança	CHEGA	MAS	NC	PDR	JPP	MPT	PTP	PURP	RIR	PCTP/ MRPP	PNR	PPM	Total
Desempenho dos partidos/candidaturas	72	62	44	50	40	18	5	3	4	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	1	326
Casos de justiça	40	34	24	14	18	8	-	-	2	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	142
Descrição de ações de campanha e agenda	28	22	20	21	15	10	1	4	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	137
Sondagens	10	9	9	8	10	8	6	6	3	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75
Cenários pós-eleitorais	10	8	7	9	9	6	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	51
Política laboral	7	6	5	5	5	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	31
Política económica	7	6	3	4	3	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	26
Desempenho do Governo	7	5	3	3	3	1	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-	1	-	-	-	-	25
Política de saúde	7	5	3	2	3	1	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	23
Política fiscal	4	2	3	4	1	1	3	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20
Políticas sociais	5	5	2	3	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	18
Política de ambiente	5	2	1	1	1	4	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15
Tópicos dos programas /manifestos eleitorais das candidaturas	2	2	2	2	3	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13
Manifestações de apoio a um candidato/candidatura	3	2	2	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11
Política de obras públicas	3	3	1	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	10
Política de educação e ciência	2	2	2	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9
Políticas de habitação	1	3	1	2	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8
Política de transportes	1	1	1	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5
Política de justiça	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	5
Política de promoção da igualdade de género	1	1	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4
Política orçamental	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Política cultural	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Política de defesa	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Situação social portuguesa	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Migrações e migrantes	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Portugal no Mundo	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Política demográfica	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Outro	2	1	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5
Total	223	185	138	132	117	69	19	16	15	9	6	5	6	5	5	4	5	4	3	3	2	971

Nota: As variáveis Tema e Formações são de seleção múltipla



PÚBLICO

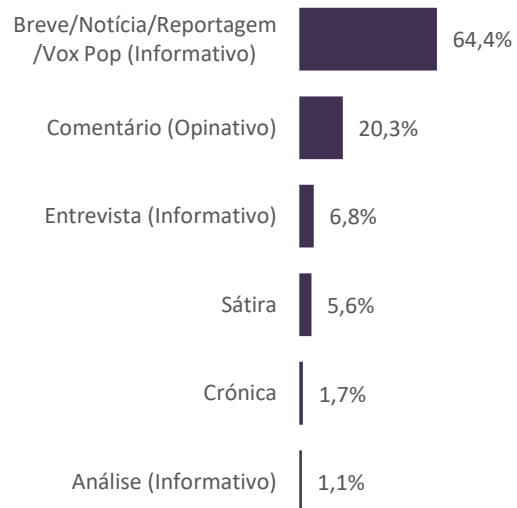
RESULTADOS PÚBLICO

Total de peças

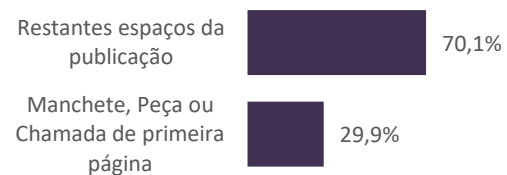
Público

177

Género jornalístico



Destaque da primeira página

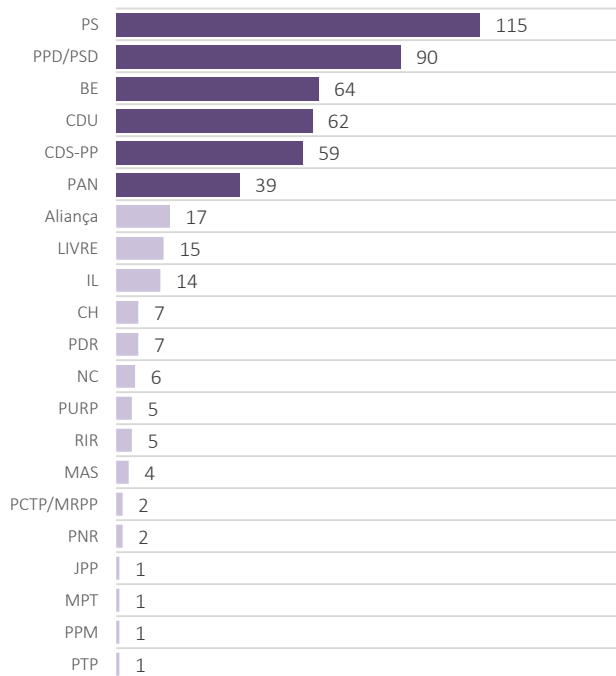


Durante o período de campanha eleitoral foram publicadas 177 peças com a presença de candidaturas às eleições legislativas. Estas são maioritariamente informativas; os artigos de opinião representam um quinto do universo analisado. As entrevistas representam cerca de 7% do total.

30% das peças analisadas é destacada na primeira página da publicação.

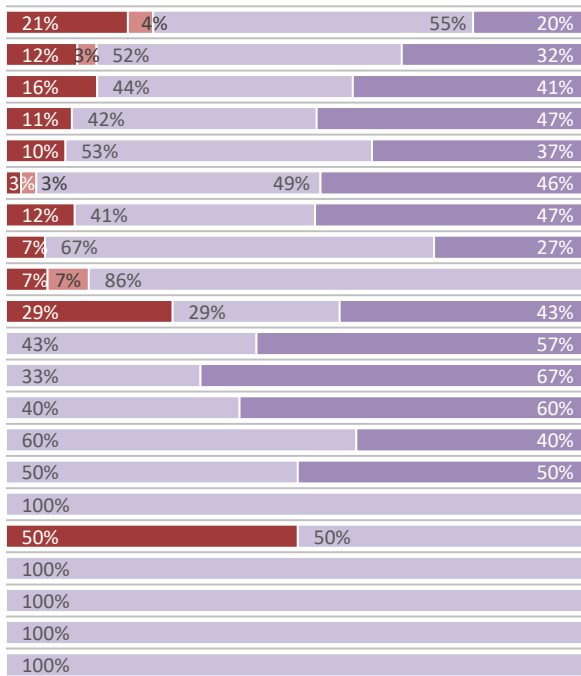
RESULTADOS PÚBLICO

Presenças



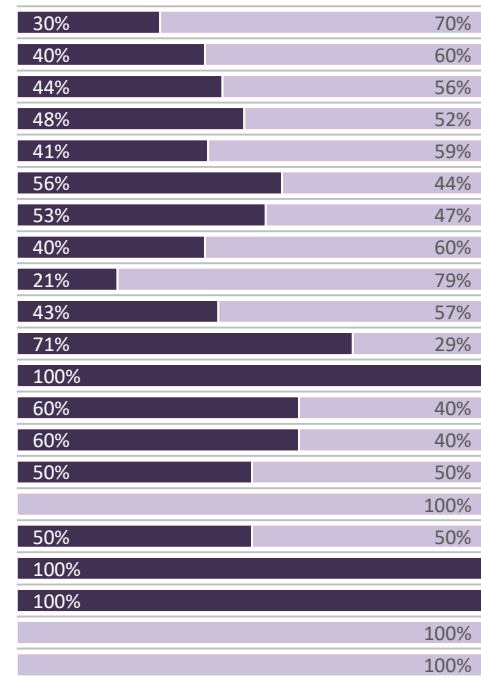
n = 517 presenças de candidaturas

Qualidade



■ Destinatário ou alvo ■ Protagonista e alvo
■ De quem se fala ■ Quem fala

Vozes



■ Com voz
■ Sem voz

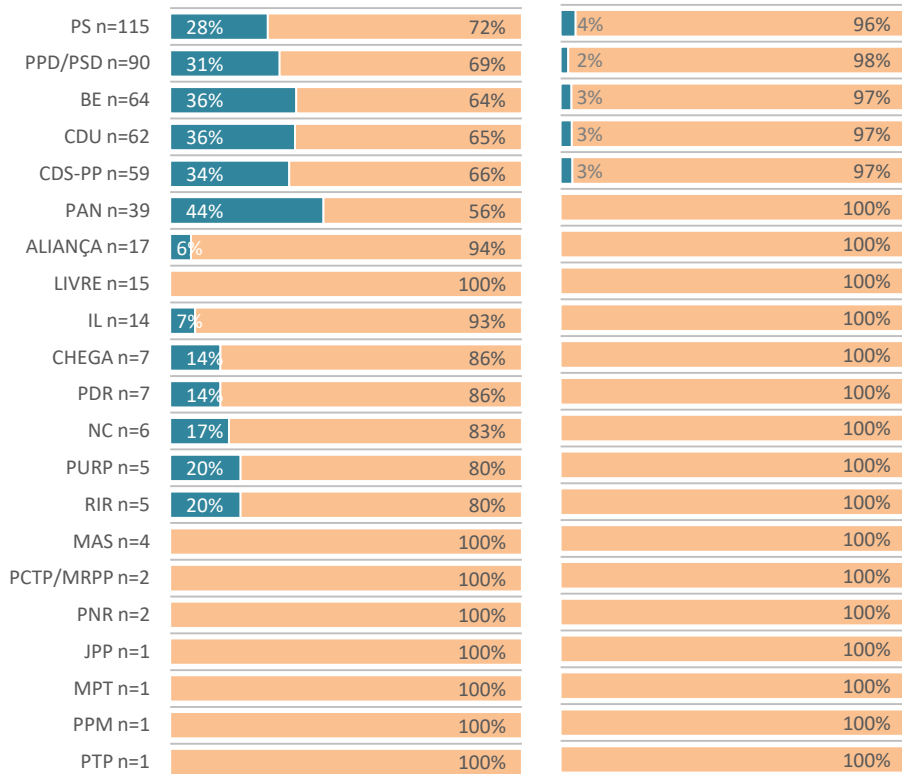
Verifica-se uma amplitude muito acentuada entre as presenças das candidaturas assinaladas. Observa-se a concentração de 83% das peças em protagonistas das seis candidaturas com deputados eleitos para a Assembleia da República (AR), em 2015.

Metade dos 21 partidos presentes nas peças são alvo de crítica sem espaço na mesma peça para apresentar a sua perspetiva sobre o tema. O PS é, de entre os partidos com assento parlamentar, aquele que mais vezes se encontra nessa posição. No entanto, Chega e PNR são os partidos cujo peso destas peças no total das suas presenças é mais elevado.

As candidaturas do PCTP/MRPP, PPM e PTP não estiveram presentes em quaisquer peças com a sua mensagem veiculada em discurso direto contrariamente a todos os outros partidos. De destacar a presença em discurso direto do NC sempre mediatizado com voz nas cinco peças em que está presente.

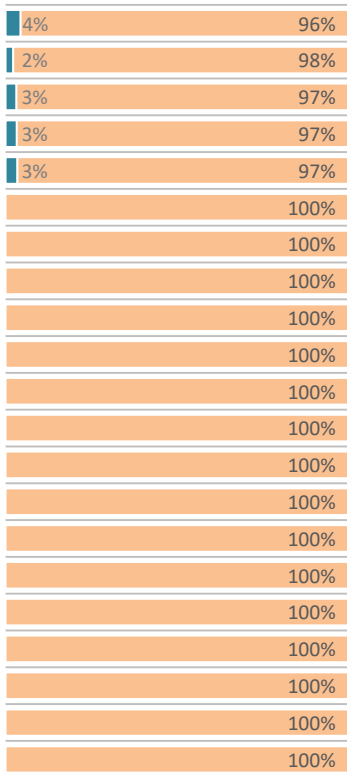
RESULTADOS PÚBLICO

Representação gráfica



■ Sim
■ Não

Citação

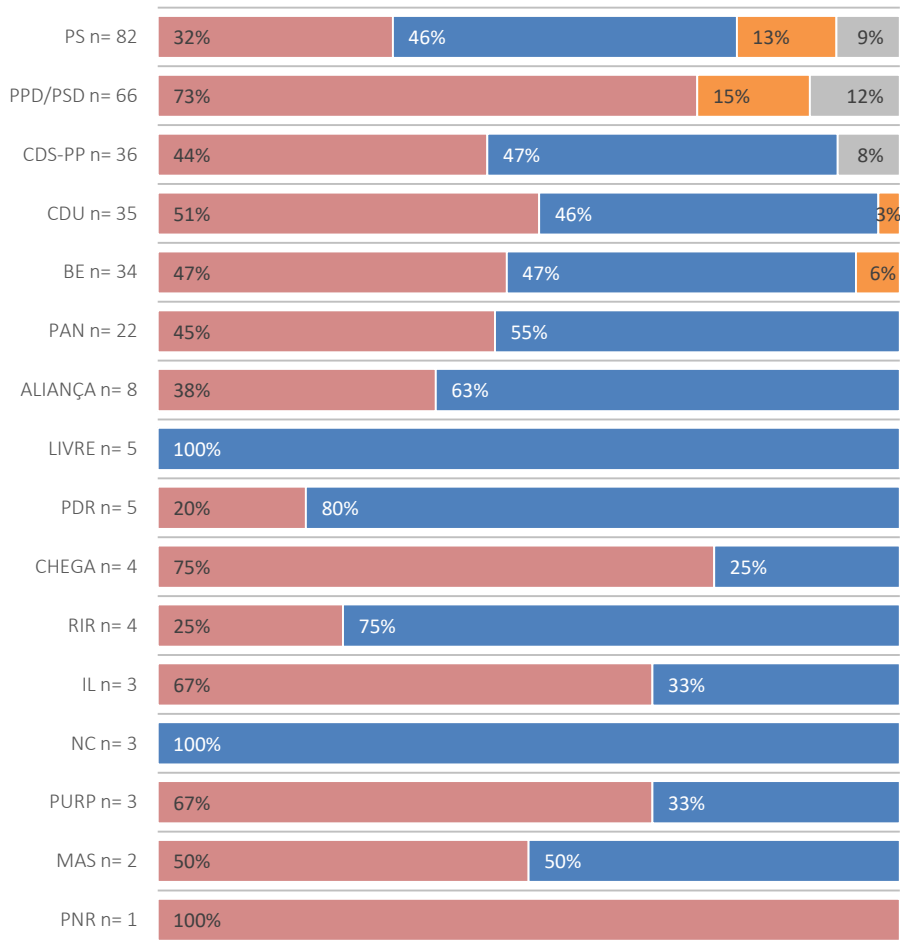


Na análise da cobertura da campanha eleitoral conclui-se que oito das 21 candidaturas, todas de partidos sem representação parlamentar, não têm qualquer representação gráfica. O PAN é aquele em que se observa um maior peso relativo das peças com fotografias ou outras formas de representação gráfica.

As citações, formas de destacar uma determinada ideia de um ator político, foram um recurso pouco utilizado pelo Público. Somente os cinco maiores partidos tiveram alguma frase de um dos seus atores salientada ao longo da campanha eleitoral.

RESULTADOS PÚBLICO

Principal representante



■ Secretário-geral, presidente e coordenador do partido ■ Cabeça de lista ■ Candidato ■ Outros

Sexo do principal representante



n = 313 referências a representantes

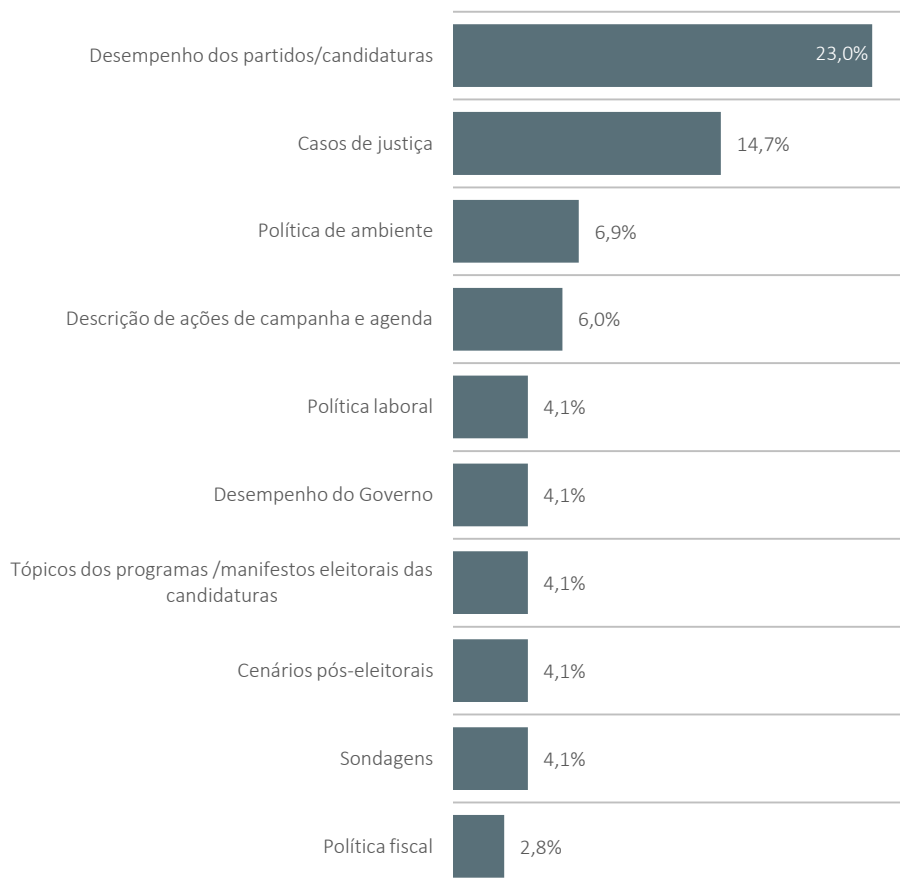
Da análise da cobertura da campanha eleitoral salientam-se duas observações relativas aos tipos de representante a quem é dado o protagonismo da peça:

- por um lado, a dupla condição de secretário-geral e cabeça de lista por um dos círculos eleitorais da generalidade dos líderes partidários faz com que a presença destes atores seja contabilizada em ambas as categorias. Assim, na maioria dos artigos nos quais o principal representante é o cabeça de lista da candidatura, este é também o secretário-geral do partido. No caso do PSD este facto não se verifica, pois o presidente do partido não é cabeça de lista por nenhum distrito nas eleições legislativas para a AR em 2019;
- por outro lado, na cobertura da maioria das candidaturas, a presença de candidatos é baixa ou nula.

Os atores do sexo feminino estão presente em menos de um quarto das peças, sobretudo associados às candidaturas do BE e do CDS-PP, partidos liderados por mulheres.

RESULTADOS PÚBLICO

Top 10 dos principais temas



n = 217

O tema mais mediatizado ao longo da campanha eleitoral é o do “desempenho dos partidos”, consubstanciado nas críticas intrapartidárias, interpartidárias e de atores externos ao processo eleitoral da ação, e na performance dos candidatos. Estas observações podem ser, entre outras, acerca das suas capacidades para responder às questões políticas do país - positivas ou negativas - ou do seu desempenho em debates e encontros partidários.

O Caso Tancos ocupa parte substancial da agenda de campanha, sendo responsável pela relevância da categoria “casos de justiça”.

A «descrição de ações de campanha e agenda» assume algum relevo nos assuntos identificados na análise, aferindo-se deste dado que o jornais são um meio de os partidos divulgarem as suas atividades de campanha.

Verifica-se uma secundarização da mediatização de propostas de políticas concretas. Das 19 áreas temáticas de políticas públicas, consideradas na análise, somente três se encontram entre os dez temas mais assinalados. No entanto, “política de ambiente” é o terceiro tema mais abordado.



PÚBLICO

ANEXOS

PÚBLICO: Qualidade da presença segundo a formação

Qualidade	PS	PPD/ PSD	BE	CDU	CDS-PP	PAN	Aliança	LIVRE	IL	CHEGA	PDR	NC	PURP	RIR	MAS	PCTP/ MRPP	PNR	JPP	MPT	PPM	PTP	Total
Destinatário ou alvo	24	11	10	7	6	1	2	1	1	2	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	66
Simultaneamente protagonista e alvo	5	3	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10
De quem se fala	63	47	28	26	31	19	7	10	12	2	3	2	2	3	2	2	1	1	1	1	1	264
Quem fala	23	29	26	29	22	18	8	4	-	3	4	4	3	2	2	-	-	-	-	-	-	177
Total	115	90	64	62	59	39	17	15	14	7	7	6	5	5	4	2	2	1	1	1	1	517

PÚBLICO: Principais representantes segundo a formação

Tipo de representante	PS	PPD/ PSD	BE	CDU	CDS-PP	PAN	Aliança	LIVRE	IL	CHEGA	PDR	NC	PURP	RIR	MAS	PCTP/ MRPP	PNR	JPP	MPT	PPM	PTP	Total
Secretário-geral, presidente e coordenador do partido	26	48	16	18	16	10	3	-	2	3	1	-	2	1	1	-	1	-	-	-	-	148
Cabeça de lista	38	-	16	16	17	12	5	5	1	1	4	3	1	3	1	-	-	-	-	-	-	123
Candidato	11	10	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	24
Restantes representantes partidários	3	7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10
Notáveis dos partidos	3	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5
Mandatário da lista	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Apoiantes	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Outro	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Sem representante	33	24	30	27	23	17	9	10	11	3	2	3	2	1	2	2	1	1	1	1	1	204
Total	115	90	64	62	59	39	17	15	14	7	7	6	5	5	4	2	2	1	1	1	1	517

PÚBLICO: Sexo dos principais representantes segundo a formação

Sexo de representante	PS	PPD/ PSD	BE	CDU	CDS-PP	PAN	Aliança	LIVRE	IL	CHEGA	PDR	NC	PURP	RIR	MAS	PCTP/ MRPP	PNR	JPP	MPT	PPM	PTP	Total
Feminino	2	-	33	3	32	-	-	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75
Masculino	80	66	1	32	4	22	8	-	3	4	5	3	3	4	2	-	1	-	-	-	-	238
Sem representante	33	24	30	27	23	17	9	10	11	3	2	3	2	1	2	2	1	1	1	1	1	204
Total	115	90	64	62	59	39	17	15	14	7	7	6	5	5	4	2	2	1	1	1	1	517

PÚBLICO: Principais temas

Tema	PS	PPD/ PSD	BE	CDU	CDS-PP	PAN	Aliança	LIVRE	IL	CHEGA	PDR	NC	PURP	RIR	MAS	PCTP/ MRPP	PNR	JPP	MPT	PPM	PTP	Total
Desempenho dos partidos/candidaturas	37	26	18	14	15	6	2	1	1	-	2	2	-	2	2	-	1	-	-	-	-	129
Casos de justiça	23	21	9	7	11	5	4	2	2	-	2	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	89
Sondagens	7	6	6	5	2	6	3	4	3	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44
Descrição de ações de campanha e agenda	11	8	6	6	5	-	-	1	1	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	40
Política de ambiente	5	5	6	6	2	10	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	36
Cenários pós-eleitorais	7	4	7	6	5	2	1	2	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	36
Tópicos dos programas /manifestos eleitorais das candidaturas	6	4	6	5	4	4	1	1	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33
Política laboral	4	4	4	5	4	2	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	25
Política fiscal	5	4	3	2	3	2	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	23
Política cultural	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21
Desempenho do Governo	6	3	2	2	2	-	2	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	19
Política económica	3	4	2	3	2	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15
Política de transportes	3	1	3	4	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14
Política orçamental	4	3	2	2	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13
Políticas sociais	3	-	-	1	2	1	2	-	1	-	1	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	13
Portugal na UE	2	2	2	2	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12
Política de saúde	3	2	1	-	2	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	10
Outro	3	4	-	-	-	-	-	1	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10
Política de promoção da igualdade de género	2	1	1	1	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9
Outras áreas políticas	2	-	1	1	-	1	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7
Política de justiça	1	1	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6
Perfil dos partidos e/ou candidatos	1	2	1	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6
Corrupção	1	1	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6
Processo Eleitoral	1	1	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4
Política de educação e ciência	-	-	-	-	1	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3
Política de defesa	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	3
Política de obras públicas	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Política demográfica	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Modernização administrativa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1
Situação social portuguesa	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Migrações e migrantes	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Desinformação	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Total	143	109	83	76	71	51	21	17	15	8	8	6	7	5	4	2	2	1	1	1	1	632

Nota: As variáveis Tema e Formações são de seleção múltipla

JORNAIS SEMANÁRIOS





DIÁRIO DE NOTÍCIAS

IMPRESSO

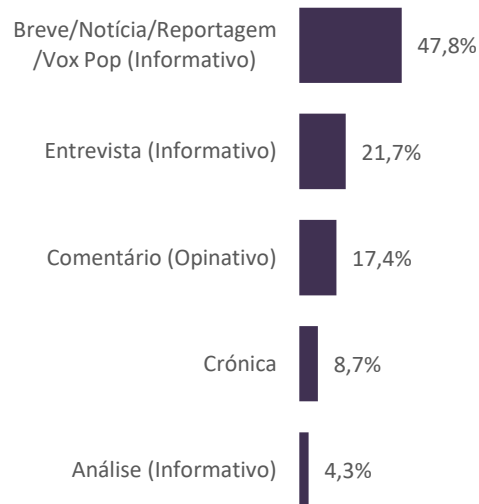
RESULTADOS DIÁRIO DE NOTÍCIAS (IMPRESSO)

Total de peças

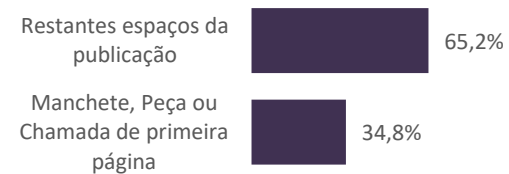
Diário de Notícias (Impresso)

23

Género jornalístico



Destaque da primeira página

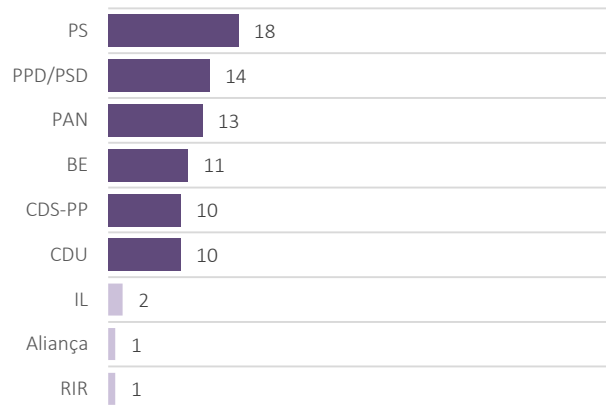


Durante o período de campanha eleitoral foram publicadas 23 peças com a presença de candidaturas às eleições legislativas para o parlamento em 2019. Estas são maioritariamente peças informativas, seguindo-se as entrevistas e as peças de comentário.

O Diário de Notícias, na sua edição impressa, destaca na primeira página cerca de um terço das peças sobre a campanha eleitoral.

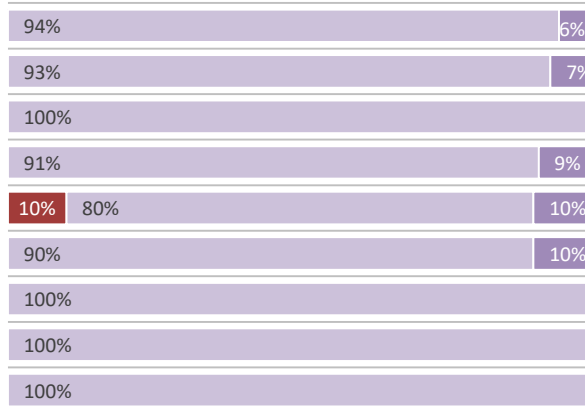
RESULTADOS DIÁRIO DE NOTÍCIAS (IMPRESSO)

Presenças



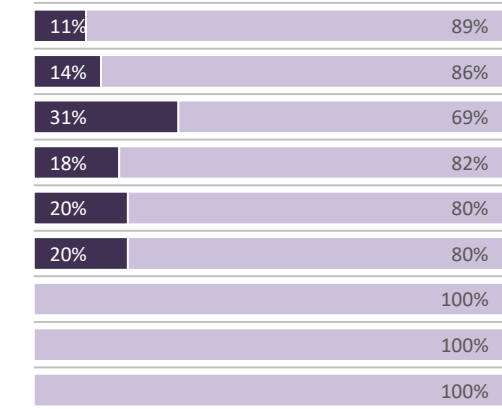
n = 80 presenças de candidaturas

Qualidade



■ Destinatário ou alvo ■ Protagonista e alvo
■ De quem se fala ■ Quem fala

Vozes



■ Com voz
■ Sem voz

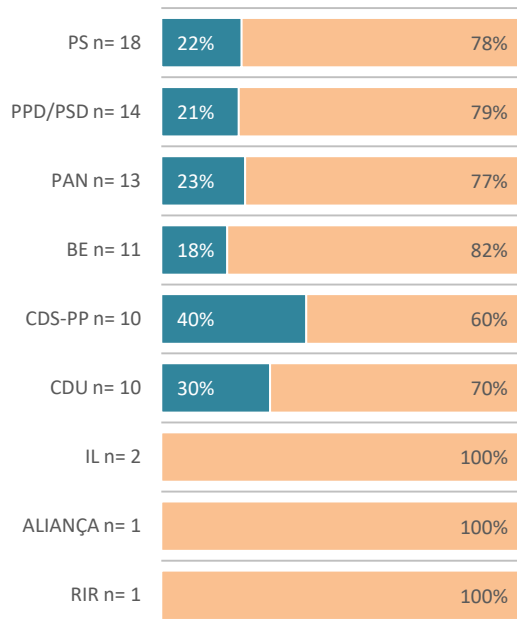
Observa-se uma concentração muito acentuada na distribuição das presenças, concentrando-se 95% das peças em protagonistas das seis candidaturas com deputados eleitos para a Assembleia da República (AR), em 2015. Apenas três partidos fora da arena parlamentar têm presenças ou são referidos nas edições semanais.

Verifica-se que somente o CDS-PP é alvo de crítica sem espaço na mesma peça para apresentara sua perspetiva sobre o tema.

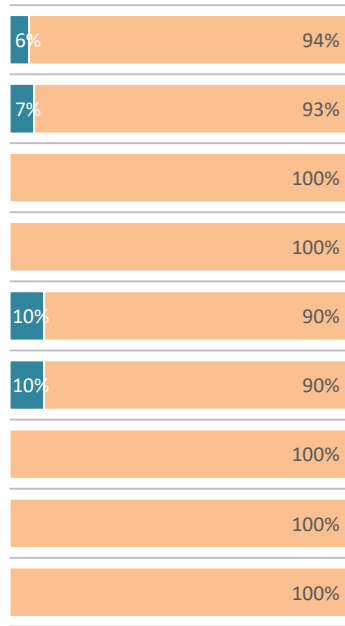
São também os partidos com assento parlamentar que têm a sua mensagem veiculada em discurso direto, destacando-se o PAN como aquele que mais vezes é citado. IL, Aliança e RIR vêem a sua mensagem divulgada apenas em discurso indireto.

RESULTADOS DIÁRIO DE NOTÍCIAS (IMPRESSO)

Representação gráfica



Citação



■ Sim
■ Não

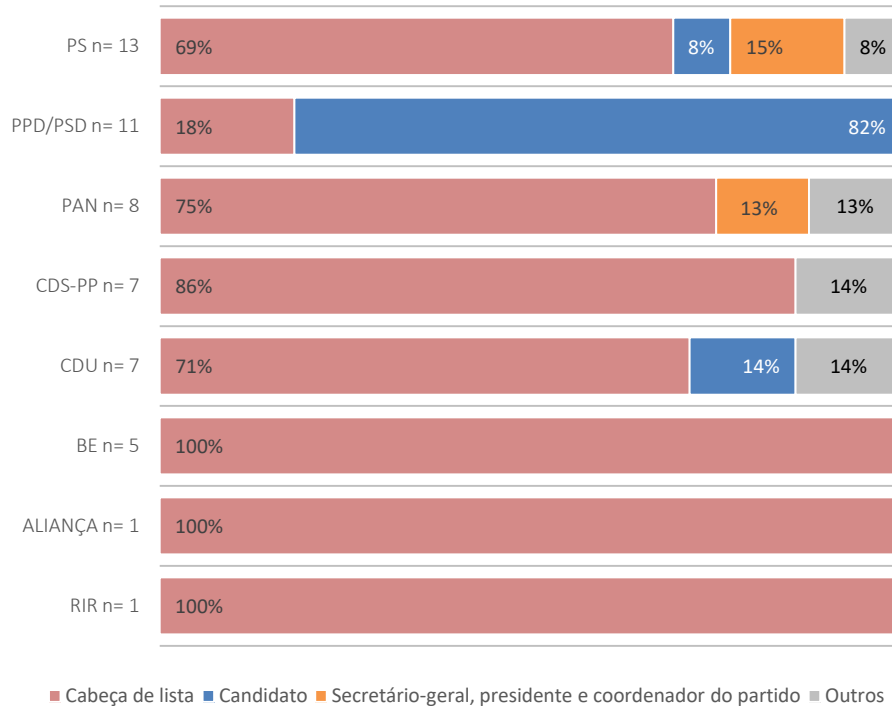
No acompanhamento da cobertura da campanha eleitoral constata-se que a representação gráfica associada às candidaturas está presente na totalidade dos partidos candidatos com assento parlamentar, destacando-se o CDS-PP.

As referências feitas às candidaturas do IL, Aliança e RIR não têm qualquer suporte visual.

As citações, quando destacadas a negrito e indentadas no corpo da notícia, são formas de destacar uma determinada ideia de um ator político. Nos artigos do Diário de Notícias dedicados à cobertura da campanha para a Assembleia da República verifica-se que este recurso é residual.

RESULTADOS DIÁRIO DE NOTÍCIAS (IMPRESSO)

Principal representante



Sexo do principal representante



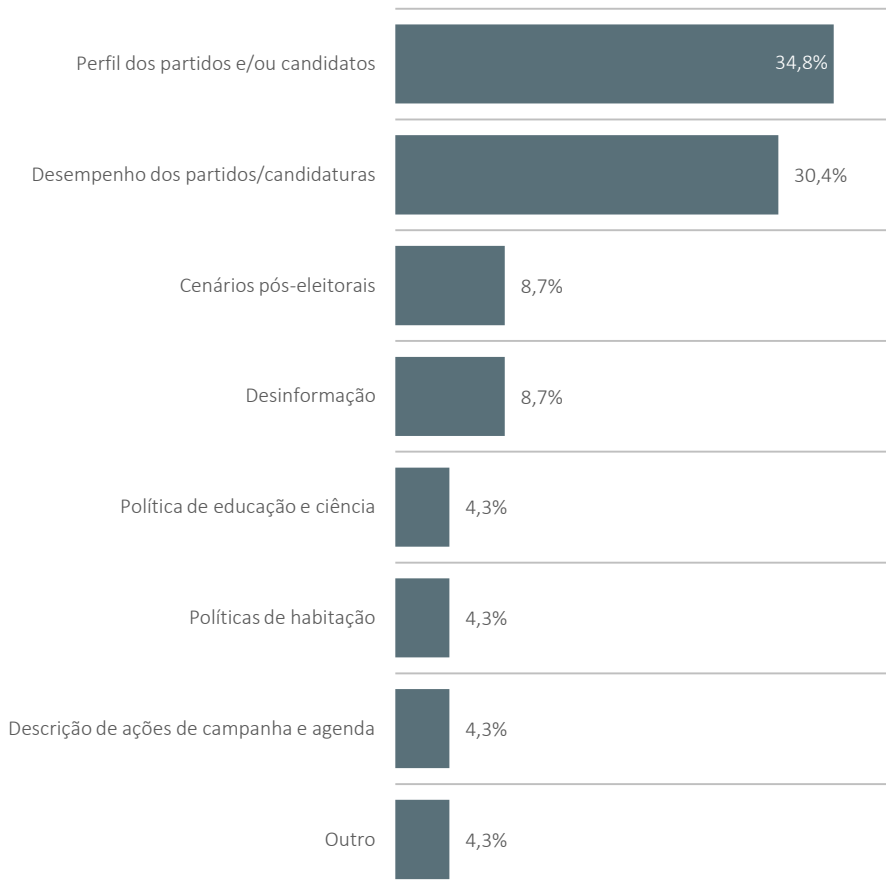
n = 53 referências a representantes

Na cobertura da campanha eleitoral salienta-se a visibilidade dada aos cabeças de lista por um dos círculos eleitorais, muitas vezes coincidentes com os secretários-gerais dos partidos. No caso da candidatura do PSD o protagonismo é sobretudo de Rui Rio, presidente do partido, enquanto número dois pela lista do Porto, ou seja, como candidato.

Os atores do sexo feminino estão presente em cerca de um terço das peças, sobretudo associados às candidaturas do BE e do CDS-PP, partidos liderados por mulheres.

RESULTADOS DIÁRIO DE NOTÍCIAS (IMPRESSO)

Principais temas



n = 23

O perfil dos candidatos e/ou candidaturas é central em 35% das peças observadas, seguido de perto pela análise do “desempenho dos partidos”, consubstanciado nas críticas intrapartidárias, interpartidárias e de atores externos ao processo eleitoral da ação, e na performance dos candidatos. Estas observações podem ser, entre outras, acerca das suas capacidades para responder às questões políticas do país - positivas ou negativas - ou do seu desempenho em debates e encontros partidários. A desinformação, a par com o desenho de cenários pós-eleitorais, foi o tema destacado em cerca de 9% das peças.

Verifica-se uma secundarização da mediatização de propostas políticas concretas. Das 19 áreas temáticas de políticas públicas, consideradas na análise, somente duas se encontram entre os dez temas mais assinalados.



DIÁRIO DE NOTÍCIAS

IMPRESSO



ANEXOS

DIÁRIO DE NOTÍCIAS: Qualidade da presença segundo a formação

Qualidade	PS	PPD/PSD	PAN	BE	CDS-PP	CDU	IL	Aliança	RIR	Total
Destinatário ou alvo	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1
De quem se fala	17	13	13	10	8	9	2	1	1	74
Quem fala	1	1	-	1	1	1	-	-	-	5
Total	18	14	13	11	10	10	2	1	1	80

DIÁRIO DE NOTÍCIAS: Principais representantes segundo a formação

Tipo de representante	PS	PPD/PSD	PAN	BE	CDS-PP	CDU	IL	Aliança	RIR	Total
Cabeça de lista	9	2	6	5	6	5	-	1	1	35
Candidato	1	9	-	-	-	1	-	-	-	11
Secretário-geral, presidente e coordenador do partido	2	-	1	-	-	-	-	-	-	3
Notáveis dos partidos	1	-	-	-	1	1	-	-	-	3
Outro	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1
Sem representante	5	3	5	6	3	3	2	-	-	27
Total	18	14	13	11	10	10	2	1	1	80

DIÁRIO DE NOTÍCIAS: Sexo dos principais representantes segundo a formação

Sexo do representante	PS	PPD/PSD	PAN	BE	CDS-PP	CDU	IL	Aliança	RIR	Total
Feminino	2	2	1	4	6	2	-	-	-	17
Masculino	11	9	7	1	1	5	-	1	1	36
Sem representante	5	3	5	6	3	3	2	-	-	27
Total	18	14	13	11	10	10	2	1	1	80

DIÁRIO DE NOTÍCIAS: Principais temas

Tema	PS	PPD/PSD	PAN	BE	CDS-PP	CDU	IL	Aliança	RIR	Total
Perfil dos partidos e/ou candidatos	7	7	3	5	6	5	-	-	-	33
Desempenho dos partidos/candidaturas	5	3	5	1	1	2	1	1	1	20
Políticas de habitação	1	1	1	1	1	1	-	-	-	6
Descrição de ações de campanha e agenda	1	1	1	1	1	1	-	-	-	6
Cenários pós-eleitorais	2	1	-	1	1	1	-	-	-	6
Desinformação	1	-	2	1	-	-	1	-	-	5
Política de educação e ciência	1	1	-	1	-	-	-	-	-	3
Outro	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1
Total	18	14	13	11	10	10	2	1	1	80



EXPRESSO
IMPRESSO

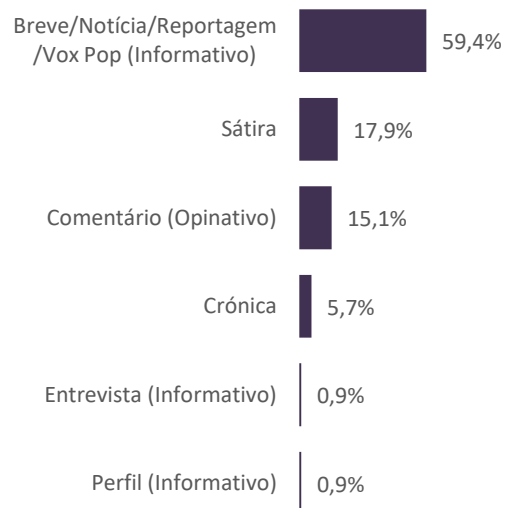
RESULTADOS EXPRESSO (IMPRESSO)

Total de peças

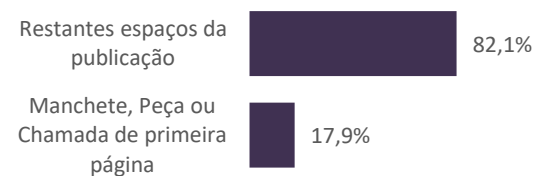
Expresso (Impresso)

106

Género jornalístico



Destaque da primeira página

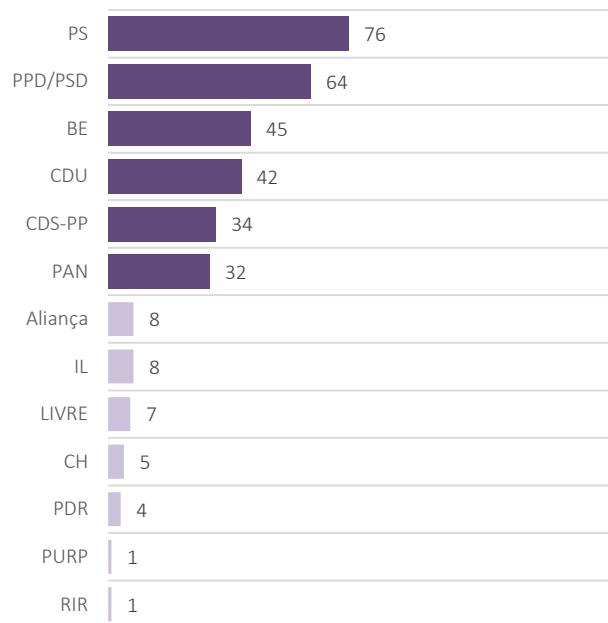


Durante o período de campanha eleitoral foram publicadas 106 peças com a presença de candidaturas às eleições legislativas. Estas são maioritariamente peças informativas. Regista-se uma presença considerável de peças de sátira, tendo estas um peso relativo ligeiramente superior ao dos artigos de opinião. As entrevistas representam uma percentagem residual do universo analisado.

Cerca de um quinto dos artigos considerados foi destacado na primeira página da publicação.

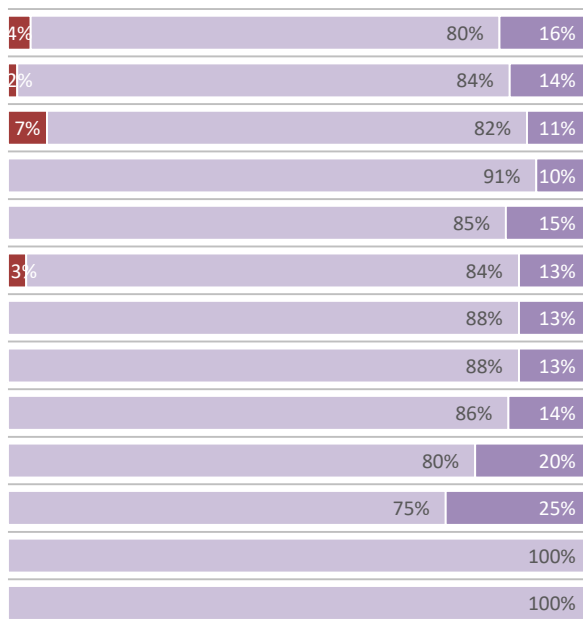
RESULTADOS EXPRESSO (IMPRESSO)

Presenças



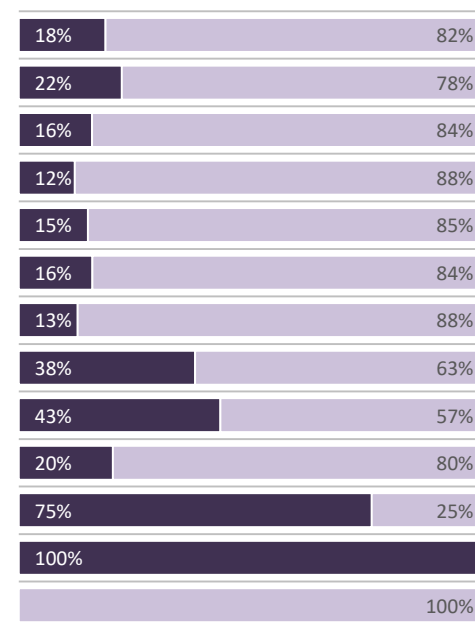
n = 327 presenças de candidaturas

Qualidade



■ Destinatário ou alvo ■ Protagonista e alvo
■ De quem se fala ■ Quem fala

Vozes



■ Com voz
■ Sem voz

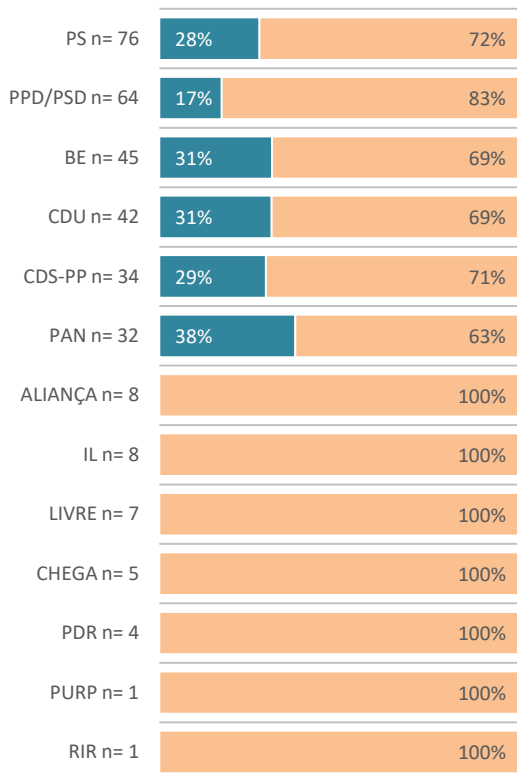
Verifica-se uma amplitude acentuada entre as presenças das candidaturas assinaladas. 90% das peças concentram-se em protagonistas das seis candidaturas com deputados eleitos para a Assembleia da República (AR), em 2015.

Somente quatro dos 13 partidos presentes nas peças são residualmente alvo de crítica sem espaço na mesma peça para apresentar a sua perspetiva sobre o tema.

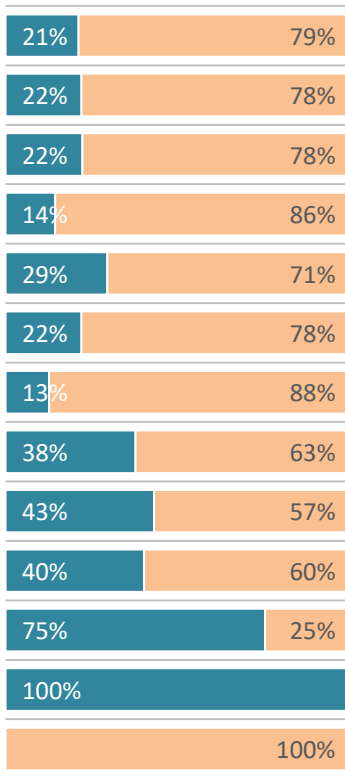
Todas as candidaturas têm a sua mensagem veiculada em discurso direto ou indireto, à exceção do RIR, presente em uma peça, a quem nunca é dada voz.

RESULTADOS EXPRESSO (IMPRESSO)

Representação gráfica



Citação



■ Sim
■ Não

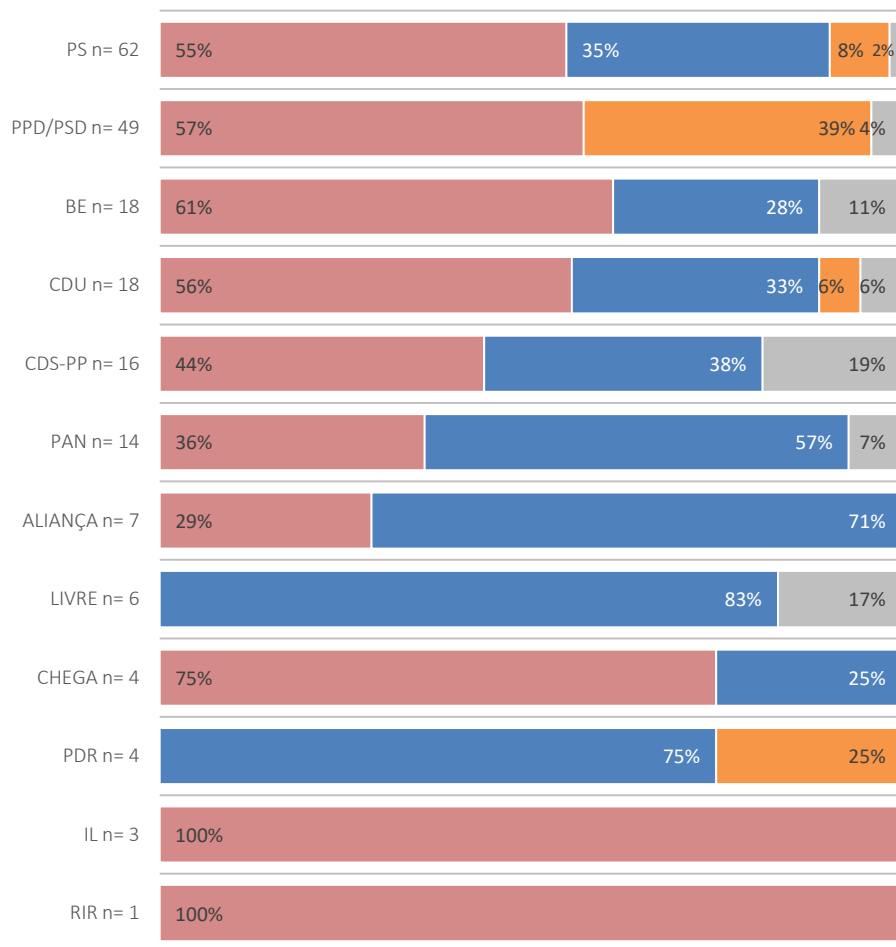
Da cobertura da campanha eleitoral fica patente que são os partidos com assento parlamentar os únicos que aparecem representados graficamente.

As citações, formas de destacar uma determinada ideia de um ator político, surgem associadas a todas as candidaturas presentes neste universo. Dos partidos com assento parlamentar é o CDS-PP aquele que teve o seu discurso mais destacado. Nas candidaturas de partidos sem assento parlamentar esta forma de mediatização assume maior peso relativo, uma vez que o universo de peças a que reporta é baixo.

O RIR é único partido sem frases destacadas nesta publicação.

RESULTADOS EXPRESSO (IMPRESSO)

Principal representante



■ Secretário-geral, presidente e coordenador do partido ■ Cabeça de lista ■ Candidato ■ Outros

Sexo do principal representante



n = 202 referências a representantes

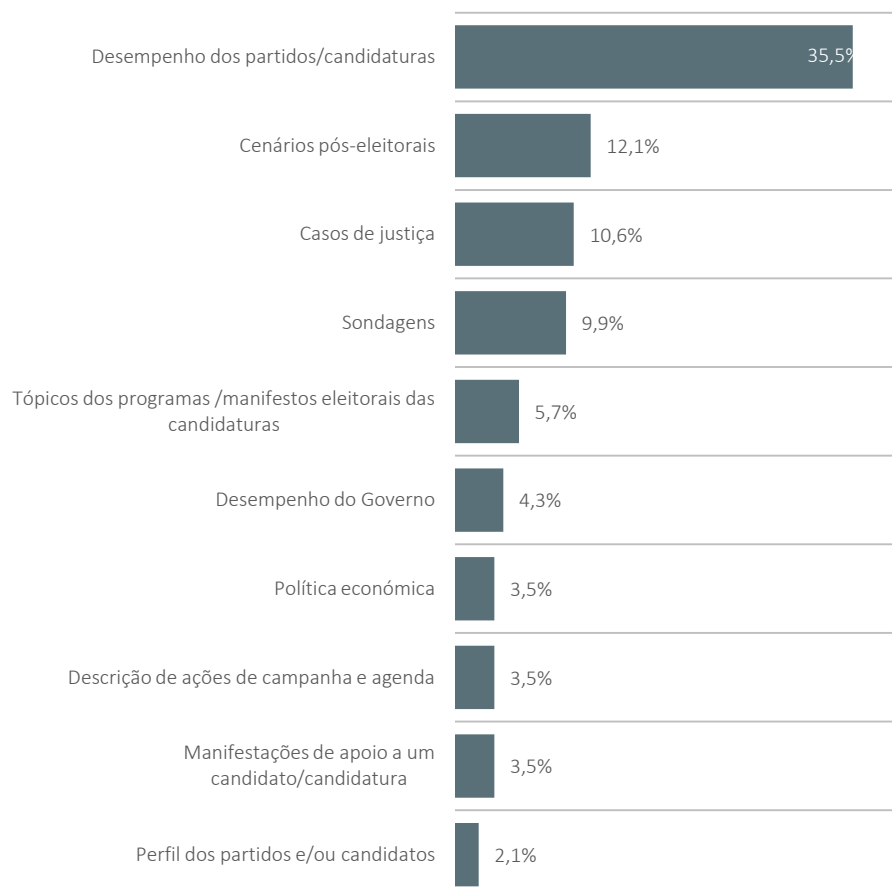
Da cobertura da campanha eleitoral salientam-se dois dados relativos aos tipos de representante a quem é dado o protagonismo da peça, a saber: a dupla condição de secretário-geral e cabeça de lista por um dos círculos eleitorais da generalidade dos líderes partidários, leva a que a presença destes atores apareça contabilizada em ambas as categorias, observando-se que a maioria das peças cujo principal representante é um cabeça de lista este é o secretário-geral do partido. No caso do PSD este facto não se verifica, pois o presidente do partido não era cabeça de lista por nenhum distrito e, por essa razão, aumenta o peso relativo da categoria candidatos.

A segunda observação é a de que a presença de candidatos é baixa ou nula na cobertura da maioria das candidaturas.

Os atores do sexo feminino estão presente em menos de um quinto das peças, sobretudo associados às candidaturas do BE e do CDS-PP, partidos liderados por mulheres.

RESULTADOS EXPRESSO (IMPRESSO)

Top 10 dos principais temas



n = 141

O tema mais mediatizado ao longo da campanha eleitoral é o do “desempenho dos partidos”, consubstanciado nas críticas intrapartidárias, interpartidárias e de atores externos ao processo eleitoral da ação, e na performance dos candidatos. Estas observações podem ser, entre outras, acerca das suas capacidades para responder às questões políticas do país - positivas ou negativas - ou do seu desempenho em debates e encontros partidários.

Sendo previsível que nenhuma candidatura iria alcançar a maioria absoluta, o tema dos “cenários pós-eleitorais” alcançou algum destaque no Expresso Semanário.

O Caso Tancos ocupa um décimo da agenda de campanha, sendo responsável pela relevância da categoria “casos de justiça”.

Verifica-se uma secundarização da mediatização das propostas de políticas concretas. Das 19 áreas temáticas de políticas públicas, consideradas na análise, somente a “política económica” se encontra entre os dez temas mais assinalados.



EXPRESSO

IMPRESSO



ANEXOS

EXPRESSO: Qualidade da presença segundo a formação

Qualidade	PS	PPD/PSD	BE	CDU	CDS-PP	PAN	Aliança	IL	LIVRE	CHEGA	PDR	PURP	RIR	Total
Destinatário ou alvo	3	1	3	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	8
De quem se fala	61	54	37	38	29	27	7	7	6	4	3	1	1	275
Quem fala	12	9	5	4	5	4	1	1	1	1	1	-	-	44
Total	76	64	45	42	34	32	8	8	7	5	4	1	1	327

EXPRESSO: Principais representantes segundo a formação

Tipo de representante	PS	PPD/PSD	BE	CDU	CDS-PP	PAN	Aliança	IL	LIVRE	CHEGA	PDR	PURP	RIR	Total
Secretário-geral, presidente e coordenador do partido	34	28	11	10	7	5	2	3	-	3	-	-	1	104
Cabeça de lista	22	-	5	6	6	8	5	-	5	1	3	-	-	61
Candidato	5	19	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	26
Restantes representantes partidários	1	1	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	6
Notáveis dos partidos	-	-	1	-	2	-	-	-	1	-	-	-	-	4
Outro	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Sem representante	14	15	27	24	18	18	1	5	1	1	-	1	-	125
Total	76	64	45	42	34	32	8	8	7	5	4	1	1	327

EXPRESSO: Sexo dos principais representantes segundo a formação

Sexo do representante	PS	PPD/PSD	BE	CDU	CDS-PP	PAN	Aliança	IL	LIVRE	CHEGA	PDR	PURP	RIR	Total
Feminino	-	-	16	1	13	-	-	-	3	-	-	-	-	33
Masculino	62	49	2	17	3	14	7	3	3	4	4	-	1	169
Sem representante	14	15	27	24	18	18	1	5	1	1	-	1	-	125
Total	76	64	45	42	34	32	8	8	7	5	4	1	1	327

EXPRESSO: Principais temas

Tema	PS	PPD/PSD	BE	CDU	CDS-PP	PAN	Aliança	IL	LIVRE	CHEGA	PDR	PURP	RIR	Total
Desempenho dos partidos/candidaturas	36	31	21	19	19	16	4	4	2	3	3	-	-	158
Cenários pós-eleitorais	13	8	10	11	3	8	1	-	1	-	-	-	-	55
Sondagens	12	10	5	7	5	4	2	1	2	1	-	-	1	50
Casos de justiça	13	12	3	5	6	3	-	-	-	-	-	-	-	42
Tópicos dos programas /manifestos eleitorais das candidaturas	4	5	4	4	4	1	-	-	-	-	-	-	-	22
Desempenho do Governo	6	6	3	2	1	1	-	-	-	-	-	-	-	19
Manifestações de apoio a um candidato/candidatura	3	5	2	2	1	2	1	1	-	1	-	-	-	18
Política económica	2	2	2	2	1	-	-	1	1	-	-	1	-	12
Política laboral	2	2	2	2	2	2	-	-	-	-	-	-	-	12
Descrição de ações de campanha e agenda	3	1	2	-	1	-	1	1	1	1	1	-	-	12
Perfil dos partidos e/ou candidatos	1	1	-	-	-	1	1	1	1	1	1	-	-	8
Política fiscal	1	1	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	6
Política de ambiente	1	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	3
Política orçamental	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Política de saúde	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Política de justiça	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Portugal na UE	-	-	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	2
Corrupção	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Políticas sociais	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Outro	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3
Total	104	88	55	55	46	41	10	10	8	7	5	1	1	431

Nota: As variáveis Tema e Formações são de seleção múltipla



SOL

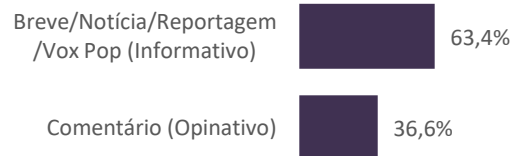
RESULTADOS SOL

Total de peças

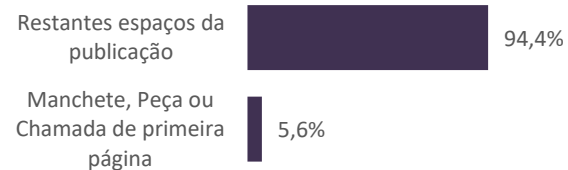
Sol

71

Género jornalístico



Destaque da primeira página

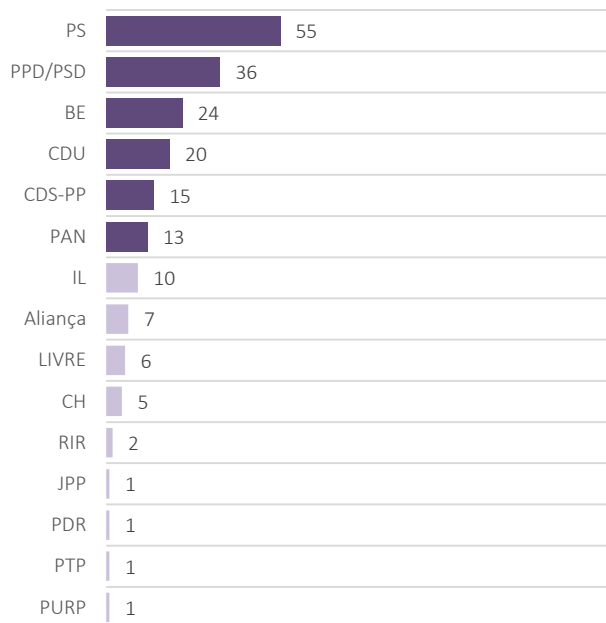


Durante o período de campanha eleitoral foram publicadas 71 peças com a presença de candidaturas às eleições legislativas. Estas dividem-se entre dois terços de peças informativas e um terço de peças de opinião.

Uma em cada vinte peças analisadas teve destaque na primeira página da publicação.

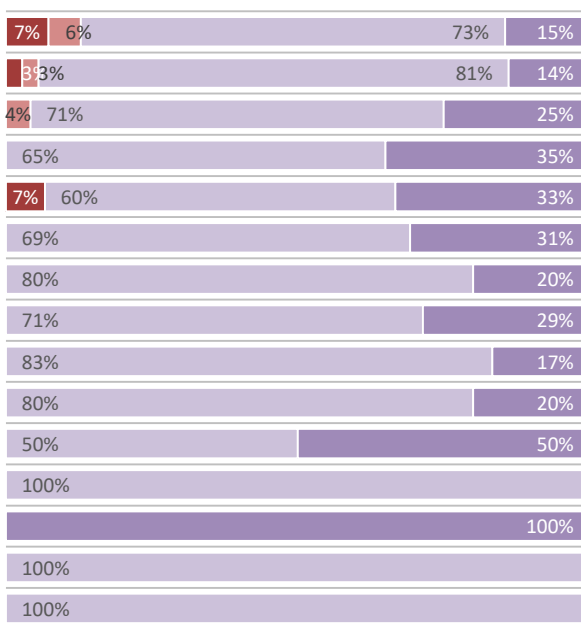
RESULTADOS SOL

Presenças



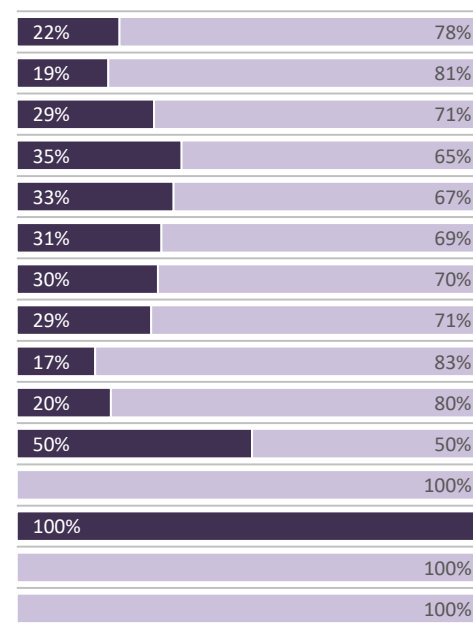
n = 197 presenças de candidaturas

Qualidade



■ Destinatário ou alvo
 ■ Protagonista e alvo
■ De quem se fala
 ■ Quem fala

Vozes



■ Com voz
■ Sem voz

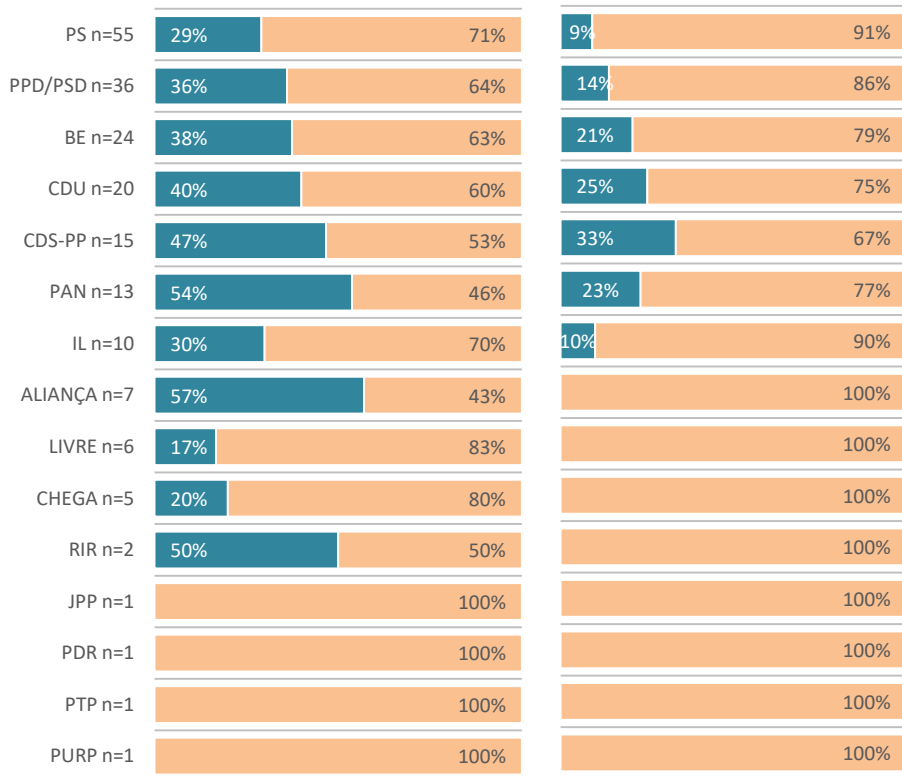
Observa-se alguma amplitude entre as presenças das candidaturas assinaladas. Verifica-se que 83% das peças se concentram em protagonistas das seis candidaturas com deputados eleitos para a Assembleia da República (AR), em 2015.

Somente três dos 15 partidos presentes nas peças são alvo de crítica sem espaço na mesma peça para apresentar a sua perspetiva sobre o tema, sendo PS e CDS-PP aqueles em que tal acontece com maior frequência.

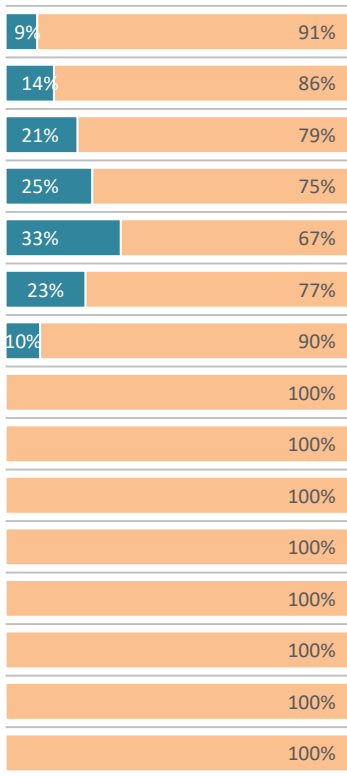
Todas as candidaturas têm a sua mensagem veiculada em discurso direto, exceto JPP, PTP e PURP, cujas referências não têm voz.

RESULTADOS SOL

Representação gráfica



Citação



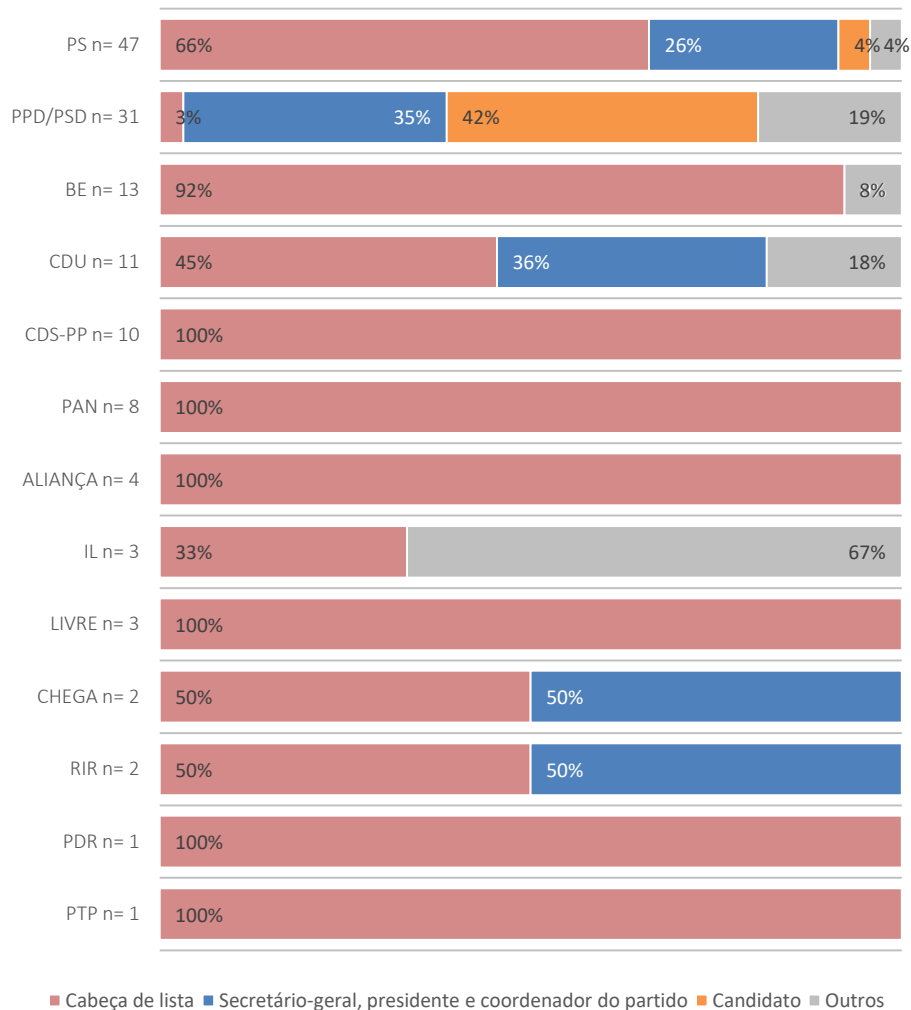
■ Sim
■ Não

Na análise da cobertura da campanha eleitoral verifica-se que os quatro partidos apenas com uma presença não são acompanhados de nenhum tipo de representação gráfica. Entre os partidos com assento parlamentar, os únicos com mais de 10 presenças, o PAN e o CDS-PP são aqueles que mais vezes aparecem representados graficamente.

As citações, enquanto forma de destaque de uma determinada ideia de um ator político, só aparecem associadas às candidaturas dos partidos com assento parlamentar, a que acresce o IL.

RESULTADOS SOL

Principal representante



Sexo do principal representante



n = 136 referências a representantes

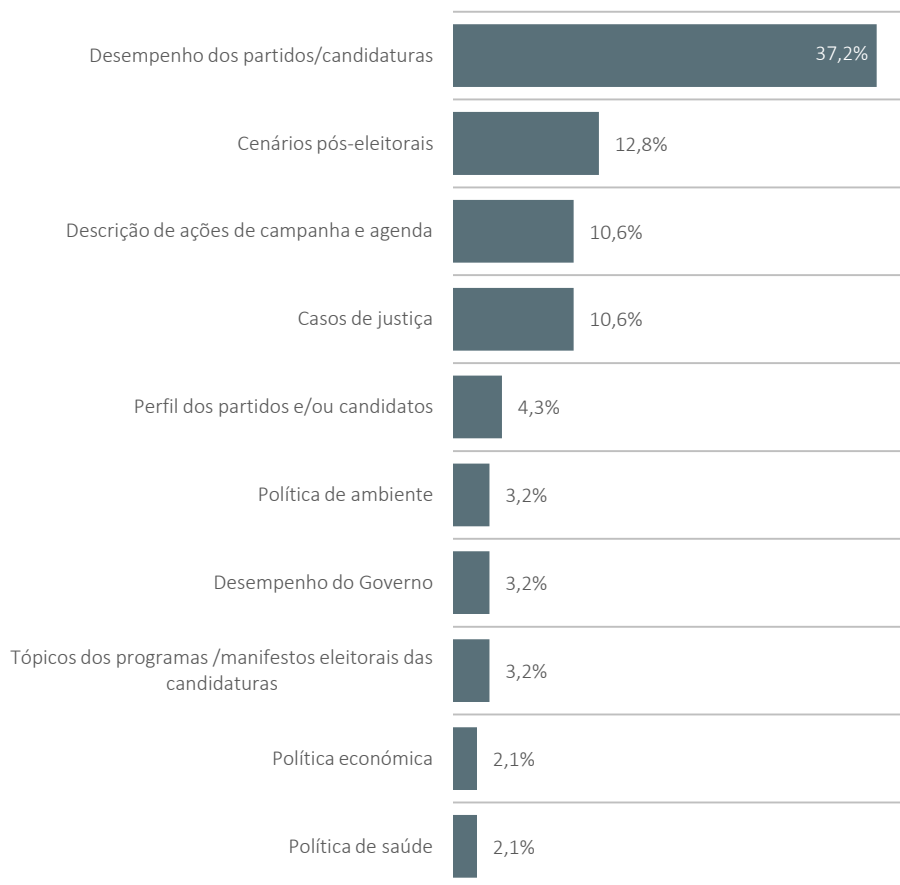
Da análise da cobertura da campanha eleitoral salientam-se duas observações relativas aos tipos de representante a quem é dado o protagonismo da peça:

- por um lado, a dupla condição de secretário-geral e cabeça de lista por um dos círculos eleitorais da generalidade dos líderes partidários faz com que a presença destes atores seja contabilizada em ambas as categorias. Assim, na maioria dos artigos nos quais o principal representante é o cabeça de lista da candidatura, este é também o secretário-geral do partido. No caso do PSD este facto não se verifica, pois o presidente do partido não é cabeça de lista por nenhum distrito nas eleições legislativas para a AR em 2019;
- por outro lado, na cobertura da maioria das candidaturas, a presença de candidatos é baixa ou nula.

Os atores do sexo feminino estão presente em menos de um quinto das peças, sobretudo associados às candidaturas do BE e do CDS-PP, partidos liderados por mulheres.

RESULTADOS SOL

Top 10 dos principais temas



n = 94

O tema mais mediatizado ao longo da campanha eleitoral é o do “desempenho dos partidos”, consubstanciado nas críticas intrapartidárias, interpartidárias e de atores externos ao processo eleitoral da ação, e na performance dos candidatos. Estas observações podem ser, entre outras, acerca das suas capacidades para responder às questões políticas do país - positivas ou negativas - ou do seu desempenho em debates e encontros partidários.

O desenho de cenários pós-eleitorais, nomeadamente a continuação dos acordos parlamentares verificados na legislatura cessante, é um dos temas preferenciais.

O “descrição de ações de campanha e agenda” surge também com relevo, aferindo-se deste dado que o jornais são um meio de os partidos divulgarem as suas atividades de campanha.

O Caso Tancos ocupa um décimo da agenda de campanha, sendo responsável pela relevância da categoria “casos de justiça”.

Verifica-se uma secundarização da mediatização de propostas políticas concretas. Das 19 áreas temáticas de políticas públicas, consideradas na análise, somente três se encontram entre os dez temas mais assinalados.



SOL

ANEXOS

SOL: Qualidade da presença segundo a formação

Qualidade	PS	PPD/PSD	BE	CDU	CDS-PP	PAN	IL	Aliança	LIVRE	CHEGA	RIR	JPP	PDR	PTP	PURP	Total
Destinatário ou alvo	4	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6
Simultaneamente protagonista e alvo	3	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5
De quem se fala	40	29	17	13	9	9	8	5	5	4	1	1	-	1	1	143
Quem fala	8	5	6	7	5	4	2	2	1	1	1	-	1	-	-	43
Total	55	36	24	20	15	13	10	7	6	5	2	1	1	1	1	197

SOL: Principais representantes segundo a formação

Tipo de representante	PS	PPD/PSD	BE	CDU	CDS-PP	PAN	IL	Aliança	LIVRE	CHEGA	RIR	JPP	PDR	PTP	PURP	Total
Cabeça de lista	31	1	12	5	10	8	1	4	3	1	1	-	1	1	-	79
Secretário-geral, presidente e coordenador do partido	12	11	-	4	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	29
Candidato	2	13	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15
Notáveis dos partidos	1	5	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7
Restantes representantes partidários	1	1	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4
Mandatário da lista	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Apoiantes	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Sem representante	8	5	11	9	5	5	7	3	3	3	-	1	-	-	1	61
Total	55	36	24	20	15	13	10	7	6	5	2	1	1	1	1	197

SOL: Sexo dos principais representantes segundo a formação

Sexo do representante	PS	PPD/PSD	BE	CDU	CDS-PP	PAN	IL	Aliança	LIVRE	CHEGA	RIR	JPP	PDR	PTP	PURP	Total
Feminino	1	-	12	-	9	-	1	-	3	-	-	-	-	-	-	26
Masculino	46	31	1	11	1	8	2	4	-	2	2	-	1	1	-	110
Sem representante	8	5	11	9	5	5	7	3	3	3	-	1	-	-	1	61
Total	55	36	24	20	15	13	10	7	6	5	2	1	1	1	1	197

SOL: Principais temas

Tema	PS	PPD/ PSD	BE	CDU	CDS-PP	PAN	IL	Aliança	LIVRE	CHEGA	RIR	JPP	PDR	PTP	PURP	Total
Desempenho dos partidos/candidaturas	25	18	13	11	7	4	4	3	2	2	1	1	-	-	-	91
Cenários pós-eleitorais	12	6	7	6	4	5	3	4	3	3	1	-	-	-	1	55
Descrição de ações de campanha e agenda	9	5	3	4	2	2	-	1	-	-	-	-	-	-	-	26
Casos de justiça	9	5	3	2	2	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	23
Perfil dos partidos e/ou candidatos	3	1	1	1	1	-	1	-	1	-	-	-	-	1	-	10
Desempenho do Governo	3	2	2	1	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	10
Tópicos dos programas /manifestos eleitorais das candidaturas	2	2	1	-	-	1	1	1	1	1	-	-	-	-	-	10
Corrupção	2	1	2	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	9
Sondagens	1	1	1	1	1	-	1	1	1	1	-	-	-	-	-	9
Política económica	2	2	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7
Política de ambiente	2	-	1	-	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6
Manifestações de apoio a um candidato/candidatura	1	1	1	1	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	6
Política de saúde	2	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	4
Política laboral	1	1	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4
Política fiscal	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Política de educação e ciência	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	2
Processo Eleitoral	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Política de obras públicas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1
Política de defesa	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Total	77	47	36	30	21	18	15	11	10	7	2	1	1	1	1	278



REVISTAS



SÁBADO

RESULTADOS SÁBADO

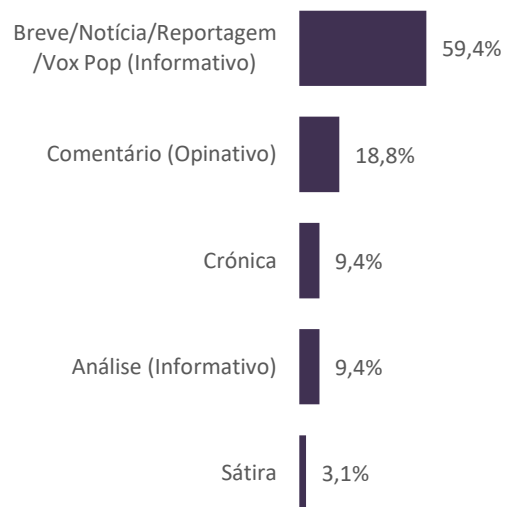
Total de peças

Sábado

32

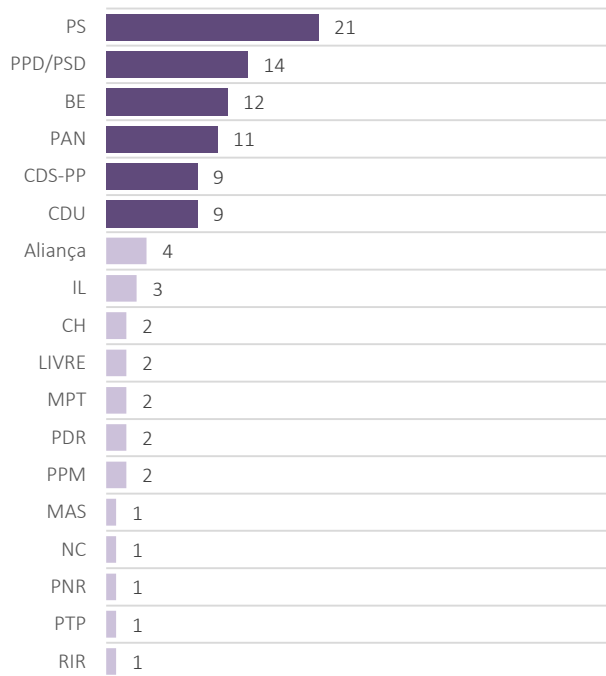
Durante o período de campanha eleitoral foram publicadas 32 peças com a presença de candidaturas às eleições legislativas. Estas são maioritariamente peças informativas; os artigos de opinião representam cerca de 19%.

Género jornalístico



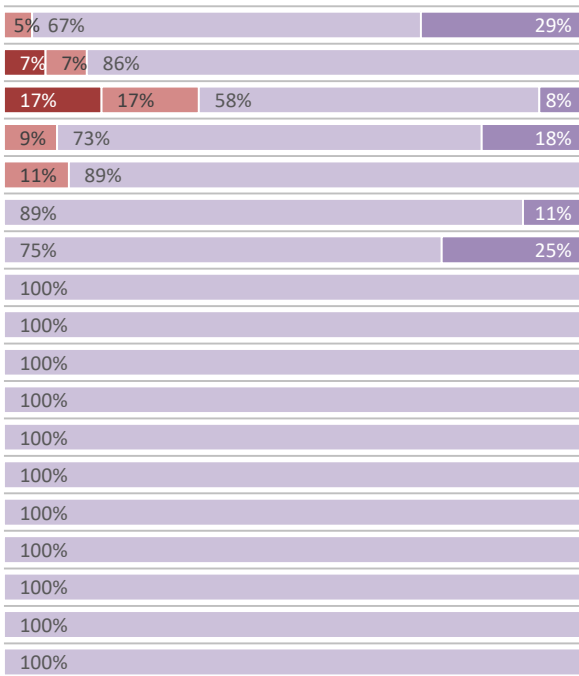
RESULTADOS SÁBADO

Presenças



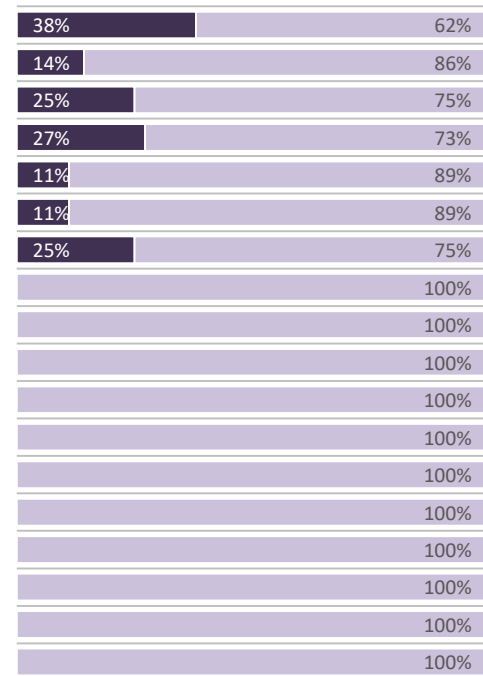
n = 98 presenças de candidaturas

Qualidade



■ Destinatário ou alvo ■ Protagonista e alvo
■ De quem se fala ■ Quem fala

Vozes



■ Com voz
■ Sem voz

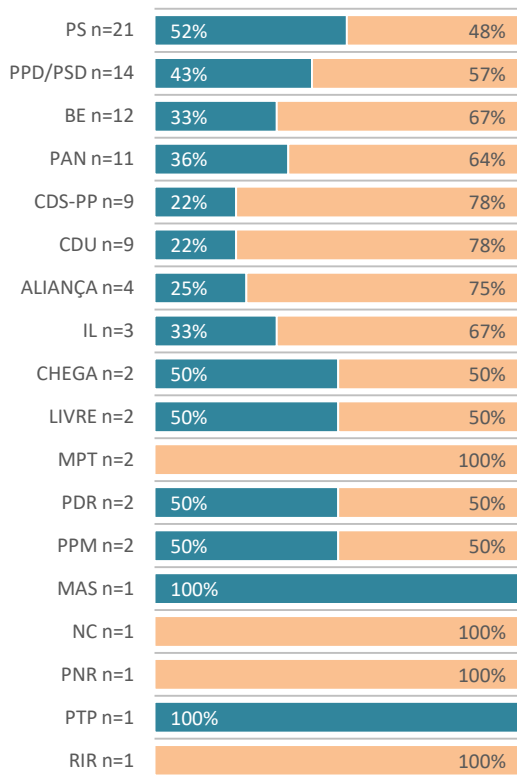
Verifica-se uma amplitude muito acentuada no que às presenças diz respeito, concentrando-se 78% das peças em protagonistas das seis candidaturas com deputados eleitos para a Assembleia da República (AR), em 2015.

Somente dois dos 18 partidos presentes nas peças são alvo de crítica sem espaço na mesma peça para apresentar a sua perspetiva sobre o tema, a saber: BE e PSD.

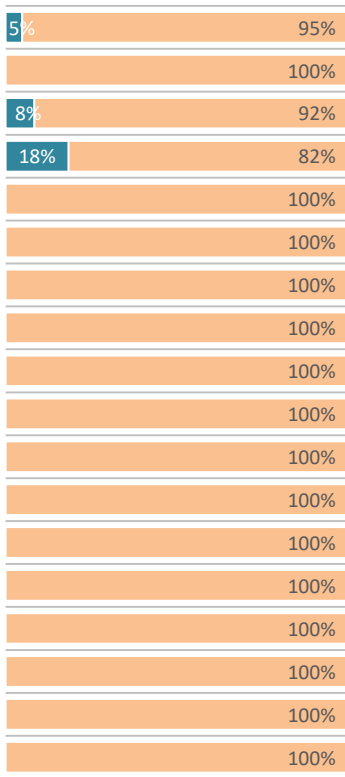
As candidaturas com voz são as dos partidos com assento parlamentar a que acresce o Aliança.

RESULTADOS SÁBADO

Representação gráfica



Citação



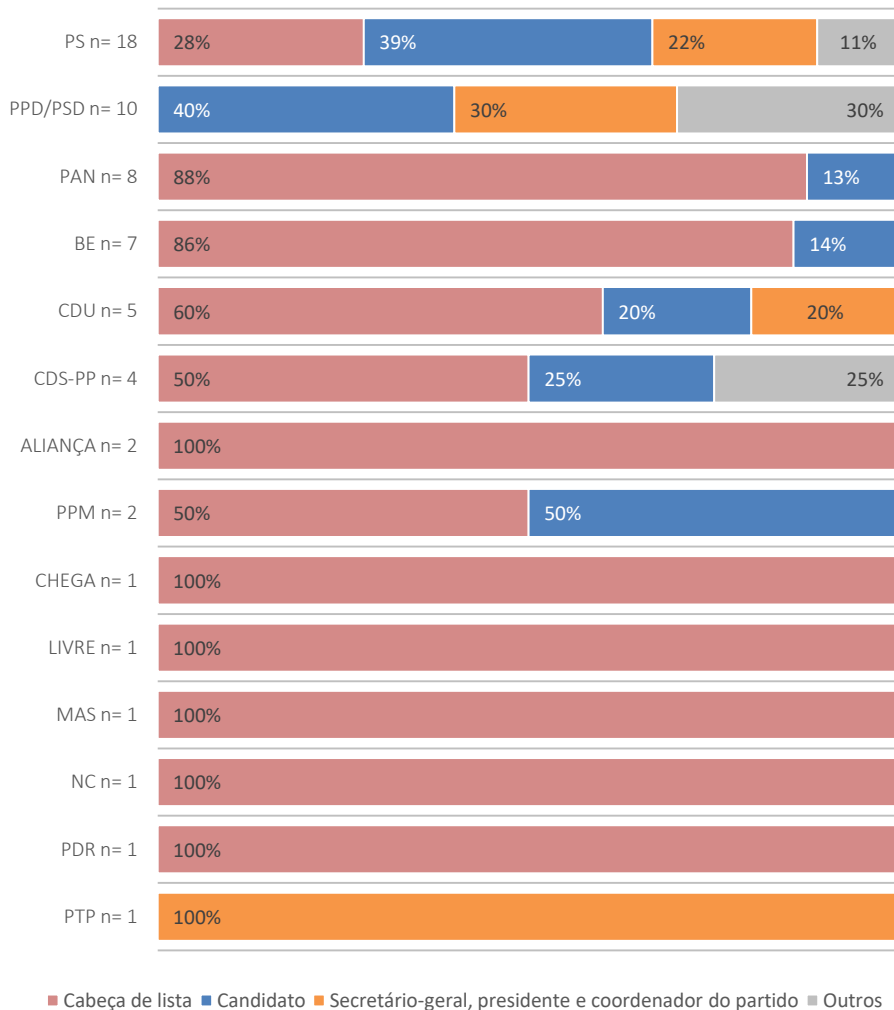
■ Sim
■ Não

Na análise da cobertura da campanha eleitoral na revista Sábado, observa-se que a maioria dos partidos são acompanhados por uma representação gráfica, com exceção do MPT, NC, PNR e RIR.

As citações, nomeadamente o espaço dedicado às “Frases”, são formas de destacar uma determinada ideia de um ator político, são residuais. O PAN foi partido que mais vezes viu a sua mensagem destacada, seguido pelo BE e pelo PS.

RESULTADOS SÁBADO

Principal representante



Sexo do principal representante



n = 62 referências a representantes

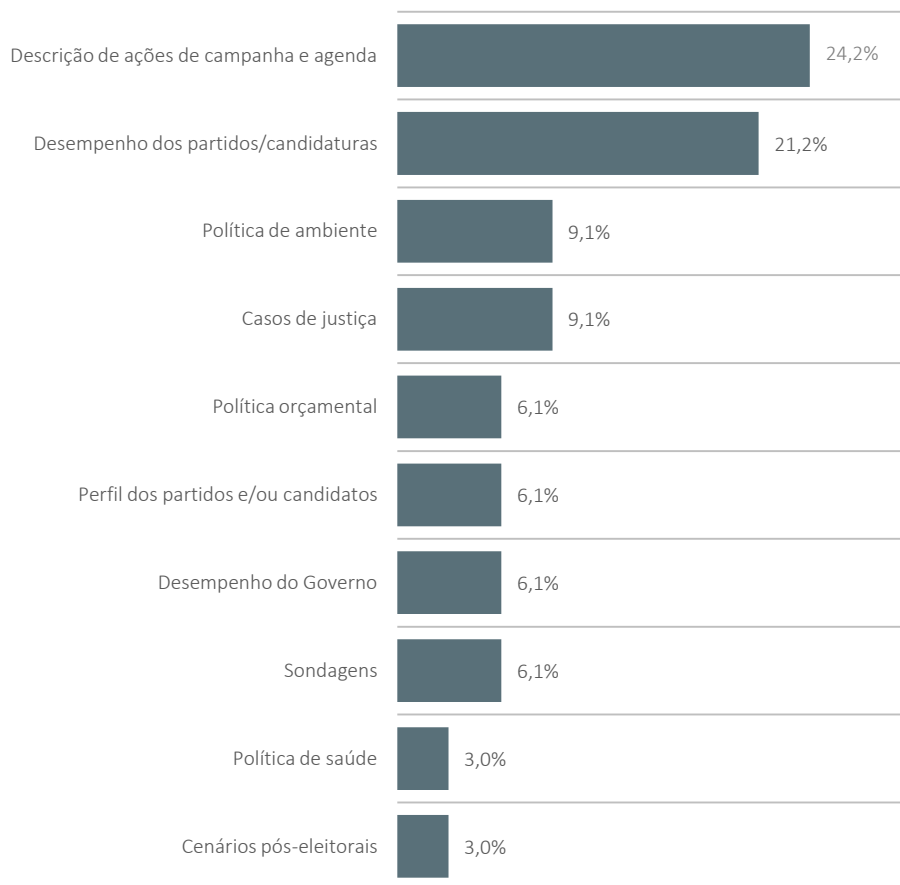
Da análise da cobertura da campanha eleitoral salientam-se duas observações relativas aos tipos de representante a quem é dado o protagonismo da peça:

- por um lado, a dupla condição de secretário-geral e cabeça de lista por um dos círculos eleitorais da generalidade dos líderes partidários faz com que a presença destes atores seja contabilizada em ambas as categorias. Assim, na maioria dos artigos nos quais o principal representante é o cabeça de lista da candidatura, este é também o secretário-geral do partido. No caso do PSD este facto não se verifica, pois o presidente do partido não é cabeça de lista por nenhum distrito nas eleições legislativas para a AR em 2019;
- por outro lado, na cobertura da maioria das candidaturas, a presença de candidatos é baixa ou nula.

Os atores do sexo feminino estão presente em menos de um quinto das peças, sobretudo associados às candidaturas do BE e do CDS-PP, partidos liderados por mulheres.

RESULTADOS SÁBADO

Top 10 dos principais temas



n = 33

O “descrição de ações de campanha e agenda” surge como tema de maior relevo, aferindo-se deste dado que o jornais são um meio de os partidos divulgem as suas atividades de campanha.

Segue-se o “desempenho dos partidos”, consubstanciado nas críticas intrapartidárias, interpartidárias e de atores externos ao processo eleitoral da ação, e na performance dos candidatos. Estas observações podem ser, entre outras, acerca das suas capacidades para responder às questões políticas do país - positivas ou negativas - ou do seu desempenho em debates e encontros partidários.

O Caso Tancos ocupa um décimo da agenda de campanha, sendo responsável pela relevância da categoria “casos de justiça”.

Verifica-se uma secundarização da mediatização de propostas políticas concretas. Das 19 áreas temáticas de políticas públicas, consideradas na análise, somente três se encontram entre os dez temas mais assinalados, contudo, assinala-se o facto de “política de ambiente” ser o terceiro tema mais frequente.



SÁBADO

ANEXOS

SÁBADO: Principais temas

Tema	PS	PPD/ PSD	BE	PAN	CDS-PP	CDU	Aliança	IL	CHEGA	LIVRE	MPT	PDR	PPM	MAS	NC	PNR	PTP	RIR	Total
Descrição de ações de campanha e agenda	6	4	4	5	3	3	2	-	-	1	2	1	1	-	-	1	-	1	34
Desempenho dos partidos/candidaturas	4	5	2	1	2	2	1	1	2	1	-	1	1	1	1	-	1	-	26
Política de saúde	1	1	1	1	1	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7
Perfil dos partidos e/ou candidatos	1	1	1	2	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7
Política orçamental	1	1	2	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6
Casos de justiça	3	-	2	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6
Desempenho do Governo	2	1	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5
Situação social portuguesa	1	1	-	1	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5
Política de ambiente	2	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3
Sondagens	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Cenários pós-eleitorais	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Corrupção	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Total	22	15	13	11	10	10	4	3	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	103

Nota: As variáveis Tema e Formações são de seleção múltipla



VISÃO

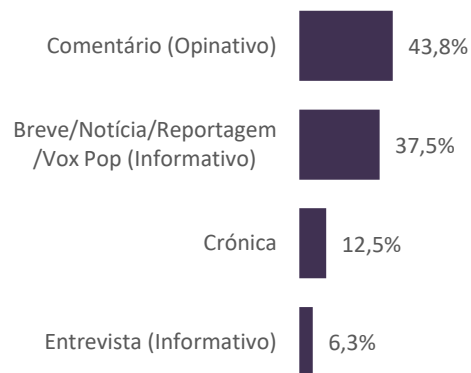
RESULTADOS VISÃO

Total de peças

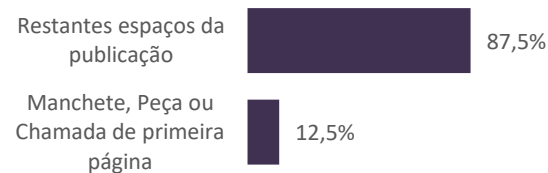
Visão

16

Gênero jornalístico



Destaque da primeira página

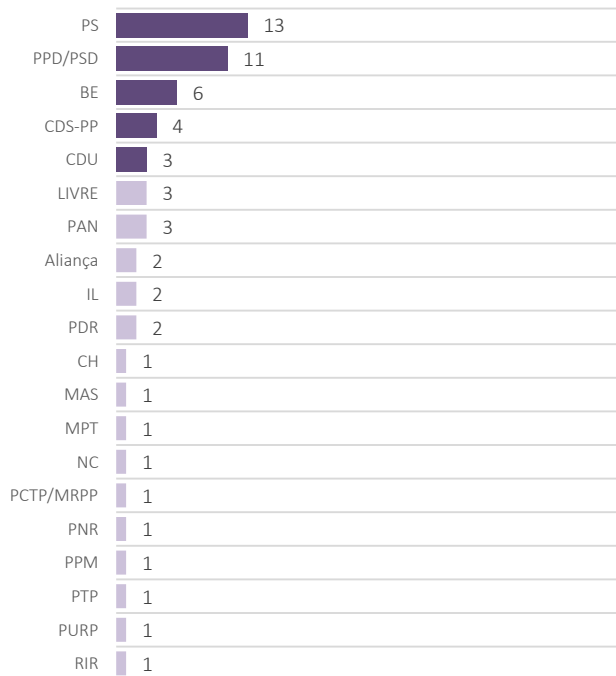


Durante o período de campanha eleitoral foram publicadas 16 peças com a presença de candidaturas às eleições legislativas. Estas são maioritariamente de opinião e representam cerca de 11% do conjunto de artigos considerados. As peças informativas são cerca de 38% do total. As entrevistas têm uma percentagem pequena do universo analisado.

Pouco mais de uma em cada dez peças teve destaque na primeira página da publicação.

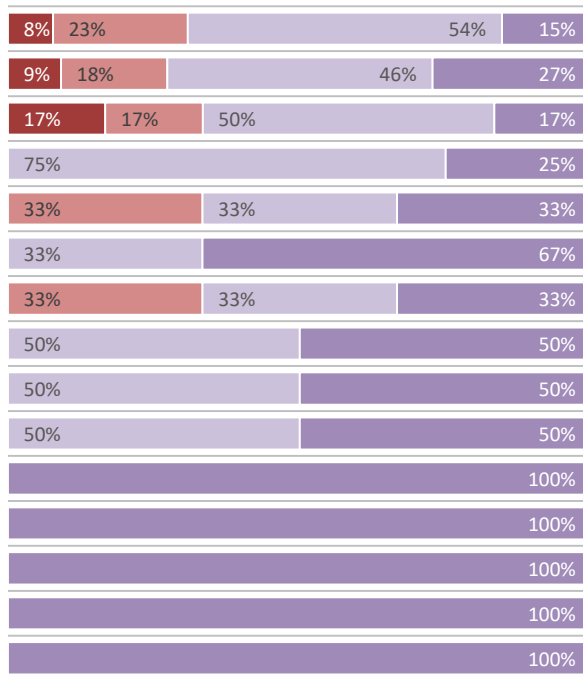
RESULTADOS VISÃO

Presenças



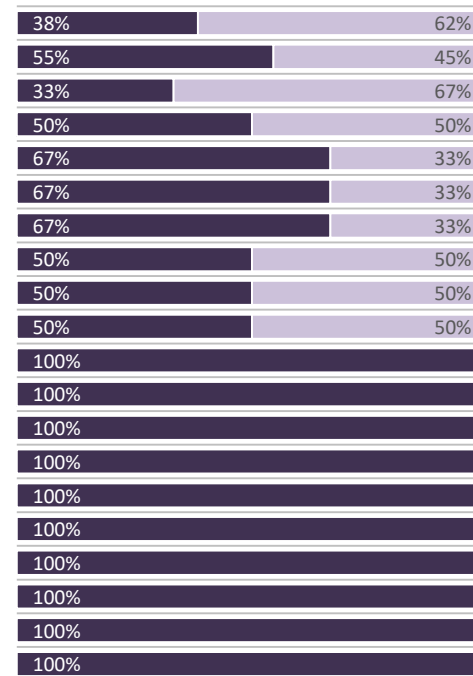
n = 59 presenças de candidaturas

Qualidade



■ Destinatário ou alvo ■ Protagonista e alvo
■ De quem se fala ■ Quem fala

Vozes



■ Com voz
■ Sem voz

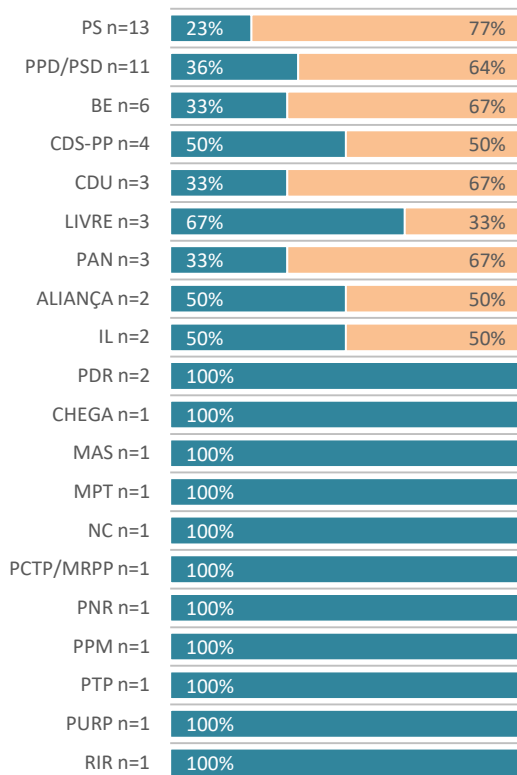
Verifica-se uma amplitude de distribuição das presenças muito acentuada. Identifica-se que 68% das peças se concentram em protagonistas das seis candidaturas com deputados eleitos para a Assembleia da República (AR), em 2015. Contudo, observa-se que o Livre tem um destaque semelhante à CDU e ao PAN.

Somente três candidaturas presentes nas peças, nomeadamente entre as representantes de partidos com assento parlamentar, são alvo de crítica sem espaço na mesma peça para apresentar a sua perspetiva sobre o tema. O BE é o partido que mais vezes se encontra nessa posição.

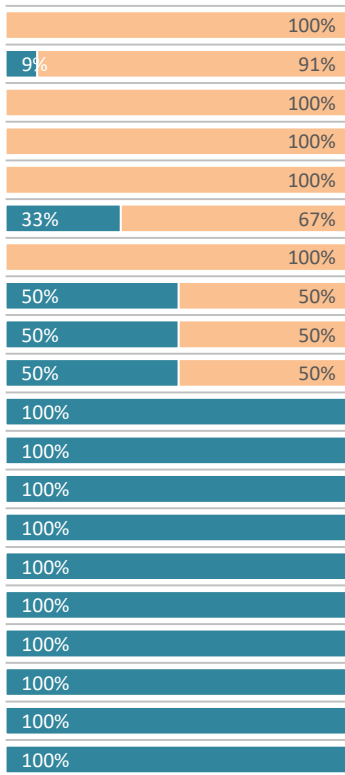
Todas as candidaturas têm a sua mensagem veiculada em discurso direto e indireto, embora, à exceção do Aliança, IL e PDR, nenhuma das candidaturas dos partidos sem representação parlamentar tenha voz.

RESULTADOS VISÃO

Representação gráfica



Citação



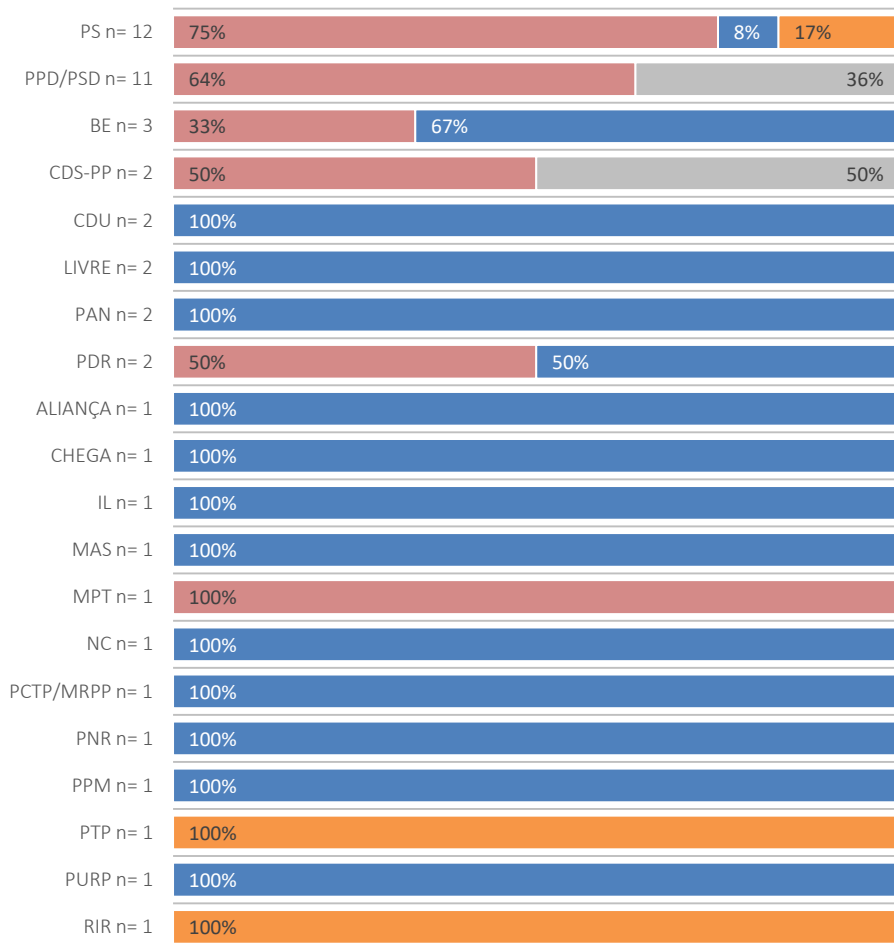
■ Sim
■ Não

Na análise da cobertura da campanha eleitoral na revista Visão fica patente que são os pequenos partidos aqueles que mais vezes aparecem representados graficamente.

As citações, formas de destacar uma determinada ideia de um ator político, nomeadamente o espaço dedicado às “Frases”, também se encontram maioritariamente associadas aos partidos sem assento parlamentar. Dos partidos parlamentares só o PSD integra o conjunto de partidos com frases em destaque.

RESULTADOS VISÃO

Principal representante



■ Secretário-geral, presidente e coordenador do partido ■ Cabeça de lista ■ Candidato ■ Outros

Sexo do principal representante



n = 48 referências a representantes

No acompanhamento da cobertura da campanha eleitoral salientam-se duas observações relativas aos tipos de representante a quem é dado o protagonismo da peça:

- por um lado, a dupla condição de secretário-geral e cabeça de lista por um dos círculos eleitorais da generalidade dos líderes partidários faz com que a presença destes atores seja contabilizada em ambas as categorias. Assim, na maioria dos artigos nos quais o principal representante é o cabeça de lista da candidatura, este é também o secretário-geral do partido. No caso do PSD este facto não se verifica, pois o presidente do partido não é cabeça de lista por nenhum distrito nas eleições legislativas para a AR em 2019;

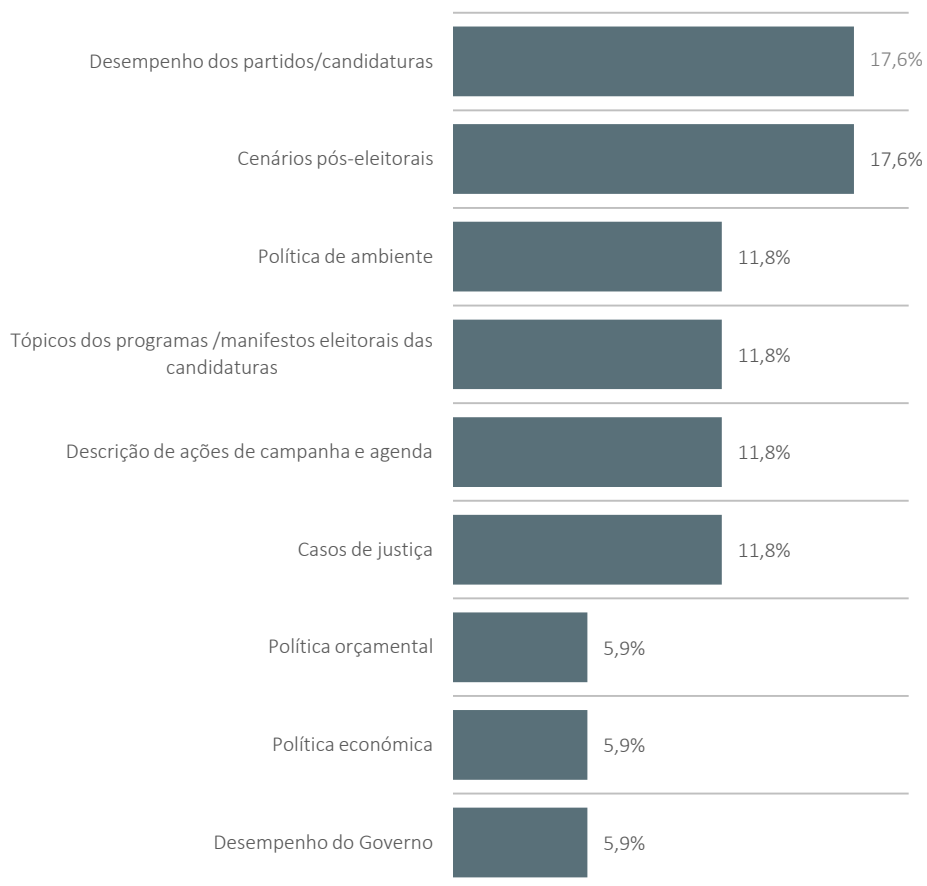
- por outro lado, na cobertura da maioria das candidaturas, a presença de candidatos é baixa ou nula.

Uma nota para a referência aos notáveis dos partidos no caso do PSD, em particular a Aníbal Cavaco Silva e, no caso do CDS-PP, a Paulo Portas.

Os atores do sexo feminino estão presente em cerca de 15% das peças, sobretudo associados às candidaturas do BE e do CDS-PP, partidos liderados por mulheres, mas também do Livre cuja cabeça de lista por Lisboa é Joacine Katar Moreira.

RESULTADOS VISÃO

Principais temas



n = 17

O tema mais mediatizado ao longo da campanha eleitoral é o do “desempenho dos partidos”, consubstanciado nas críticas intrapartidárias, interpartidárias e de atores externos ao processo eleitoral da ação e da performance dos candidatos. Estas observações podem ser, entre outras, acerca das suas capacidades para responder às questões políticas do país - positivas ou negativas - ou do seu desempenho em debates e encontros partidários.

O desenho de cenários pós-eleitorais, nomeadamente a continuação dos acordos parlamentares verificados na legislatura cessante, foram um dos temas preferenciais.

Verifica-se uma secundarização da mediatização das propostas concretas analisadas por áreas políticas. Das 19 áreas temáticas de políticas públicas, consideradas na análise, somente três se encontram entre os dez temas mais assinalados. No entanto, política de ambiente é o terceiro tema mais abordado.



VISÃO

ANEXOS

VISÃO: Principais temas

Tema	PS	PPD/ PSD	BE	CDS-PP	CDU	LIVRE	PAN	Aliança	IL	PDR	CHEGA	MAS	MPT	NC	PCTP/ MRPP	PNR	PPM	PTP	PURP	RIR	Total	
Tópicos dos programas /manifestos eleitorais das candidaturas	2	1	2	-	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21
Desempenho dos partidos/candidaturas	1	2	1	1	1	1	1	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10
Casos de justiça	2	2	1	1	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10
Cenários pós-eleitorais	2	3	2	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9
Descrição de ações de campanha e agenda	2	2	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6
Política de ambiente	2	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3
Política orçamental	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Desempenho do Governo	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Política económica	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Total	14	12	7	4	4	3	4	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	64

Nota: As variáveis Tema e Formações são de seleção múltipla



ARTIGOS DE OPINIÃO
ENTREVISTAS



RESULTADOS GLOBAIS

Artigos de opinião/crónicas de candidatos representantes das candidaturas

Partidos/Forças políticas	Correio da Manhã	DN	Expresso	JN	Jornal i	Observador	Público	Visão	Total
Aliança	-	-	-	-	-	3	-	-	3
BE	-	-	8	6	4	-	7	2	27
CDS-PP	-	-	-	-	-	7	1	-	8
CHEGA	9	-	-	-	2	-	-	-	11
Coligação CDU	-	-	4	-	-	-	1	2	7
IL	-	-	1	-	-	3*	2	-	6
JPP	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Livre	-	-	-	-	-	-	-	-	-
MAS	-	-	-	-	-	-	-	-	-
MPT	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NC	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PAN	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PCTP/MRPP	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PDR	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PNR	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PPD/PSD	-	7	9	4	3	-	-	-	23
PPM	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PS	9	7	7	7	-	-	3	3	36
PTP	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PURP	-	-	-	-	-	-	-	-	-
RIR	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	18	14	29	17	9	13	14	7	121

- Identificaram-se 121 artigos de opinião da autoria de candidatos e/ou representantes de candidaturas, 11 dos quais em período de campanha eleitoral (22 de setembro a 4 de outubro de 2019) indo contra o previsto na lei nº72-A/2015, de 23 de julho, que estabelece o regime jurídico da cobertura jornalística, nomeadamente no ponto 3 do artigo 5º que advoga a suspensão da colaboração de candidatos aos atos eleitorais.
- O PS, foi o partido com maior número de presenças, sobretudo com artigos de opinião da autoria de candidatos, com 36 artigos, seguindo-se o BE, com 27, e o PSD, com 23.
- O Expresso (edição diária online e semanal impressa) foi o título de imprensa que publicou o maior número de artigos de opinião de candidatos (29), seguindo-se o Correio da Manhã (18) e o Jornal de Notícias (17).
- O Observador publicou 2 artigos de opinião em período de campanha (período de 22 de setembro a 4 de outubro), nomeadamente do IL (1*) e do Aliança (1).
- O Expresso publicou 9 artigos de opinião de candidatos em período de campanha (período de 22 de setembro a 4 de outubro), nomeadamente do BE (2), do IL (1), da coligação CDU (1), do PS (3), do PSD (2).

* Incluindo um candidato suplente (suplente n.º2 por Beja).

RESULTADOS GLOBAIS

Entrevistas

Entrevistas a candidatos/representantes das candidaturas

Partidos/Forças políticas	Correio da Manhã	DN	Expresso	Jornal i	Observador**	Público*	Sol***	Visão	Total
Aliança	-	-	-	-	1	1	-	1	3
BE	1	1	1	-	1	10	-	1	15
CDS-PP	1	1	1	-	1	10	-	-	14
CHEGA	-	-	-	-	-	1	-	1	2
Coligação CDU	1	1	1	-	-	9	-	-	12
IL	-	-	1****	-	-	2	-	1	4
JPP	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Livre	-	-	-	1	2	1	-	1	5
MAS	-	-	-	-	-	-	-	1	1
MPT	-	-	-	-	-	-	-	1	1
NC	-	-	-	-	-	1	-	1	2
PAN	1	-	1	-	-	9	-	1	12
PCTP/MRPP	-	-	-	-	-	-	-	1	1
PDR	-	-	1	-	-	1	-	1	3
PNR	-	-	-	-	-	-	-	1	1
PPD/PSD	1	1	-	-	-	9	1	1	13
PPM	-	-	-	-	-	-	-	1	1
PS	1	1	1	-	-	9	-	1	13
PTP	-	-	-	-	-	-	-	1	1
PURP	-	-	-	-	-	1	-	1	2
RIR	-	-	-	-	-	1	-	1	2
Total	6	5	7	1	5	65	1	18	108

*O Público divulgou, entre os dias 25 de setembro e 3 de outubro, em nove edições, uma pergunta (um tema por edição) a cada um dos partidos com assento parlamentar, foram assim contabilizadas como 9 entrevistas a cada um dos candidatos.

** O Observador publicou ainda entrevistas a candidatos do PS, PSD e IL (uma a cada), mas em datas anterior ao período de pré-campanha e campanha, pelo que não foram aqui contabilizadas.

O Observador afirma ter contactado os líderes do IL (Carlos Guimarães Pinto), da coligação CDU (Jerónimo de Sousa) e do PAN (André Silva), mas estes recusaram por indisponibilidade de agendas.

*** O Sol publicou também, em data anterior ao período de pré-campanha e campanha eleitoral, uma entrevista ao cabeça de lista por Lisboa do, pelo que não foi aqui contabilizada.

**** Podcast "A Beleza das Pequenas Coisas", do jornalista Bernardo Mendonça.

RESULTADOS GLOBAIS

Entrevistas

- No total foram publicadas 107 entrevistas aos candidatos /representantes das candidaturas para as eleições para o Assembleia da República.
- Na imprensa diária, o jornal Público, com 65 entrevistas, foi o que publicou o maior número de entrevistas a candidatos /representantes das candidaturas, seguindo-se , na imprensa semanal, a revista Visão, com 18 entrevistas.
- O BE foi o partido com maior número de entrevistas a candidatos /representantes das candidaturas (15), seguindo-se o CDS (14), PSD e PS (13 cada) e ainda a CDU (12).
- O Correio da Manhã realizou uma entrevista a candidatos de cada uma das forças políticas com assento parlamentar (uma por candidato).
- O Diário de Notícias realizou uma entrevista a candidatos de cada uma das forças políticas com assento parlamentar (uma por candidato), com exceção do PAN.
- O Expresso realizou uma entrevista a candidatos de cada uma das forças políticas com assento parlamentar (uma por candidato), com exceção do PSD, e ainda uma entrevista à mandatária do IL.
- A Visão entrevistou todos os partidos/forças parlamentares, com exceção da coligação CDU, do CDS e do JPP.
- O Sol e o jornal i apenas realizaram uma entrevista cada: o Sol entrevistou um candidato do PSD e o jornal i um candidato do Livre.

METODOLOGIA

Análise da imprensa diária e semanal

A unidade de análise corresponde a cada um dos artigos dos jornais e revistas selecionados, em formato impresso e online em casos específicos, podendo combinar elementos linguísticos (e.g. frases do dia) e visuais (e.g. fotolegenda).

São considerados na análise da imprensa diária e semanal artigos de todos os géneros informativos.

Os textos de opinião (análise, comentário, artigo, etc.) também se constituem em unidades de análise, desde que referidos os candidatos ou os representantes formais dos partidos, ou que sejam assinados por estes na qualidade de candidatos ou representantes.

A análise incide sobre o conteúdo manifesto, isto é, o conteúdo efetivamente redigido, o que significa que o codificador não utilizou o seu conhecimento geral para complementar ou pressupor elementos informativos não referidos explicitamente no artigo analisado.

Fazem parte desta análise o universo dos artigos das publicações diárias e semanais (vide Tabela 1) que integrem presenças e/ou referências aos partidos/candidaturas nacionais (candidatos, representantes, apoiantes, etc.) associadas em algum momento ao contexto da eleição de 2019 para a Assembleia da República.

O *corpus de análise* encontra-se cronologicamente delimitado pelo período de campanha eleitoral (12 dias): 22 de setembro a 4 de outubro de 2019 inclusive (excluem-se o dia de reflexão e o dia do ato eleitoral), e é constituído a partir dos artigos das seguintes publicações:

Jornais diários: Correio da Manhã; Diário de Notícias (online); Expresso Diário; Jornal de Notícias; Jornal I; Observador; Público.

Jornais semanários: Diário de Notícias (edição impressa); Expresso; Sol.

Revistas: Sábado; Visão.

Uma vez que o objetivo desta análise é a caracterização das candidaturas presentes no espaço mediático, a seleção das peças a integrar no *corpus* de análise responde cumulativamente a três questões: identifica-se a presença e/ou referência a alguma candidatura nacional às eleições para a Assembleia da República (AR)?; os artigos de opinião são assinados por algum dos candidatos/representantes de candidaturas à AR? e a eleição para a AR é mencionada em algum momento da peça?

Publicação	Peças
Correio da Manhã	318
Jornal de Notícias	230
Jornal I	228
Observador	207
Público	177
Diário de Notícias	164
Diário de Notícias online	141
Diário de Notícias impresso	23
Expresso	153
Expresso diário	47
Expresso semanário	106
Sol	71
Sábado	32
Visão	16
Total	1596



METODOLOGIA

Análise de artigos de opinião e entrevista

A unidade de análise corresponde a cada um dos artigos dos jornais e revistas selecionados, em formato impresso e online em publicações específicas.

São considerados na análise da imprensa diária e semanal artigos do género entrevista e opinião desde que referidos os candidatos ou os representantes formais dos partidos, ou que sejam assinados por estes na qualidade de candidatos ou representantes.

Esta monitorização contou também com a colaboração dos órgãos de comunicação social que, contactados para o efeito, disponibilizaram listagens dos artigos com presença de candidaturas (candidatos ou representantes das candidaturas) ou assinados por estes.

Em resumo, fazem parte desta análise o universo dos artigos de opinião e de entrevista que integrem presenças dos partidos/candidaturas nacionais (candidatos, representantes, etc.) associadas em algum momento ao contexto da eleição de 2019 para a Assembleia da República no período de pré-campanha - 1 de agosto a 21 de setembro – e de campanha eleitoral - 22 de setembro a 4 de outubro de 2019 (excluindo-se o dia de reflexão e o dia do ato eleitoral).

O *corpus de análise* é constituído a partir dos artigos das seguintes publicações:

Jornais diários: Correio da Manhã; Diário de Notícias (online); Expresso Diário; Jornal de Notícias; Jornal I; Observador; Público.

Jornais semanários: Diário de Notícias (edição impressa); Expresso; Sol.

Revistas: Sábado; Visão.

ENQUADRAMENTO LEGAL

Cobertura jornalística em período eleitoral

Lei n.º 72-A/2015,
de 23 de julho

Período eleitoral

Para efeitos do disposto na presente lei, o período eleitoral compreende o período de pré-campanha eleitoral e o período de campanha eleitoral.

Artigo 3.º, número 1

Princípios orientadores

No período eleitoral os órgãos de comunicação social gozam de liberdade editorial e de autonomia de programação nos termos gerais, sem prejuízo de ser observado o disposto nos artigos seguintes.

Artigo 4º

Regras jornalísticas

O tratamento editorial das várias candidaturas deve respeitar os direitos e os deveres consagrados na legislação que regula a atividade dos jornalistas e dos órgãos de comunicação social, bem como os respetivos estatutos e códigos de conduta.

Artigo 5º, número 1

Igualdade de oportunidades e de tratamento das diversas candidaturas

Durante o período de campanha eleitoral, os órgãos de comunicação social devem observar equilíbrio, representatividade e equidade no tratamento das notícias, reportagens de factos ou acontecimentos de valor informativo relativos às diversas candidaturas, tendo em conta a sua relevância editorial e de acordo com as possibilidades efetivas de cobertura de cada órgão.

Artigo 6º

ENQUADRAMENTO LEGAL

Estatutos da ERC
Lei n.º 53/2005,
de 8 de novembro

Objetivos da regulação

Promover e assegurar o pluralismo cultural e a diversidade de expressão das várias correntes de pensamento, através das entidades que prosseguem atividades de comunicação social sujeitas à sua regulação.
Artigo 7.º, alínea a)

Competências do Conselho Regulador

Proceder à identificação dos poderes de influência sobre a opinião pública, na perspetiva da defesa do pluralismo e da diversidade, podendo adotar as medidas necessárias à sua salvaguarda.

Assegurar a realização de estudos e outras iniciativas de investigação e divulgação nas áreas da comunicação social e dos conteúdos, no âmbito da promoção do livre exercício da liberdade de expressão e de imprensa e da utilização crítica dos meios de comunicação social
Artigo 24.º, número 3, alíneas a) e ab)

Lei da Televisão
Lei n.º 27/2007,
de 30 de julho,
alterada pela Lei n.º
8/2011, de 11 de abril
e pela Lei n.º 40/2014,
de 9 de julho

Fins da atividade de televisão

Promover a cidadania e a participação democrática e respeitar o pluralismo político, social e cultural.
Artigo 9.º, número 1, alínea c)

Obrigações gerais dos operadores de televisão

Assegurar a difusão de uma informação que respeite o pluralismo, o rigor e a isenção.
Artigo 34.º, número 2, alínea b)

ERC

ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Coordenação: Departamento de Análise de *Media*

departamentodeanalisedemedia@erc.pt

Conceção gráfica: DAM/ERC

Av. 24 de Julho, 58, 1200-869 Lisboa

t: 210 107 000

f: 210 107 019

s: www.erc.pt

e: info@erc.pt

Lisboa, março de 2020