

Finais de mandato de Primeiros-Ministros: tendências de cobertura jornalística

Isabel Ferin

Instituto de Estudos Jornalísticos da Universidade de Coimbra

Índice

1	Introdução	1
2	Quadros teóricos de referência	3
3	Aspectos Metodológicos e hipóteses de trabalho	9
4	Análise e interpretação dos dados	10
5	Conclusão	19
6	Bibliografia	23

1 Introdução

A análise dos finais de mandato dos Primeiros-Ministros portugueses, nas primeiras páginas dos jornais de referência, constitui um sub-projecto no interior do Projecto *Jornalismo e Actos de Democracia*. Os dados empíricos que apresentamos nesta comunicação referem-se aos finais de mandato dos primeiros-ministros, Cavaco Silva (1994-1995), António Guterres (2001-2002) e Santana Lopes (2004-2005) e envolvem o tratamento de 1.614 peças jornalísticas. O *corpus* analisado, referente ao final de Mandato de Cavaco Silva, inclui um total de 834 peças jornalísticas: 226 peças no *Diário de Notícias*, 335 peças no *Público*, 189 no *Expresso* e 84 no *Independente*¹. No final de mandato de António

¹ O *Independente* só foi analisado neste final de mandato, em função do protagonismo, reconhecido por todos os intervenientes, neste período político (Cfr: Silva, 2004; Lima, 2004).

Guterres, analisaram-se 502 peças, distribuídas da seguinte forma: 160 peças no *Diário de Notícias* e 187 no *Público* e 155 no *Expresso*. O *corpus* referente ao mandato de Santana Lopes soma 278 peças recolhidas em 8 meses de governação, de Julho de 2004 a Fevereiro de 2005, 128 no *Diário de Notícias*, 118 no *Público* e 32 no *Expresso*.

Antes de mais, esclarecemos que não pretendem comparar os contextos e processos políticos, económicos e sociais, nacionais e internacionais, que envolveram os finais destes mandatos. O objectivo desta análise é sim, observar se há constâncias, ou rupturas, nas coberturas realizadas pelos jornais de referência que indiquem transformações e apontem para elementos de descrédibilização da comunicação política e da imagem dos políticos. Esta hipótese de trabalho decorre de estudos empíricos longitudinais, nomeadamente os realizados por Blumler e Gurevitch (1977; 1982; 1995; 2000), Patterson (1994, 2003) e Norris (2002) que atribuem aos Media— sobretudo à televisão, mas também à imprensa de referência — a erosão da Democracia e da credibilidade do sistema político.

Um outro propósito desta pesquisa é tentar compreender o impacto da televisão e da liberalização do mercado dos Media nas rotinas de cobertura, nomeadamente nos *layouts* das primeiras páginas. Num texto de análise crítica sobre as primeiras páginas nos jornais de qualidade e tablóides, Kress e van Leeuwen (1999) afirmam que qualquer análise de imprensa tem de ter em conta a existência de uma gramática visual dos textos impressos que, no seu conjunto, ultrapassa o sentido dos textos escritos. Para estes autores (Kress e van Leeuwen, 1999: 205-206), o recurso a estudos empíricos, quer quantitativos quer qualitativos, poderá permitir a observação de regularidades na apresentação da informação e na percepção que os leitores apresentam da informação veiculada.

Salientamos, ainda, que os três finais de mandato ocorrem em circunstâncias muito díspares. Cavaco Silva termina o seu mandato em 1995, recusando-se a assumir nova candidatura, após ter presidido a três legislaturas consecutivas, X, (1985-1987), XI, (1987-1991), e XII (1991-1995). António Guterres antecipa o término do seu segundo mandato, XIV governo constitucional, no seguimento dos maus resultados obtidos pelo seu partido nas eleições autárquicas de 16 de Dezembro de 2001. Já os meses de governação de Santana Lopes (XVI governo constitucional), não correspondem propriamente a um final de mandato,

constituindo um momento particular da Democracia portuguesa. Em 13 de Junho e de 2004, após as eleições para o Parlamento Europeu, o então primeiro-ministro Durão Barroso aceita o cargo de presidente da Comissão Europeia, acordando com o então presidente do PSD e da Câmara de Lisboa, Pedro Santana Lopes, a manutenção da “estabilidade governativa”. Esta solução de continuidade não foi pacífica, não só dentro do governo da maioria PSD/CDS/PP, como na oposição, apesar do Presidente da República, Jorge Sampaio, ter viabilizado a formação de um novo governo e dado posse ao primeiro-ministro Santana Lopes a 17 de Julho de 2004. A singularidade deste mandato e os contornos mediáticos que adquiriu justificam a sua inclusão no sub-projecto “Finais de Mandato”, independentemente de não se tratar, dentro do regime democrático português, de um “normal” final de mandato. Neste sentido, quer o início do mandato, aquando do processo, não consensual, de sucessão interno ao primeiro-ministro Durão Barroso, dentro do Partido e da coligação PSD/CDS, quer a dissolução da Assembleia pelo Presidente da República configuram momentos de grande crispação política e governativa, protagonizados pelos diferentes quadrantes políticos.

2 Quadros teóricos de referência

Na análise dos dados empíricos foram utilizados três quadros de referência. O primeiro quadro fundamenta-se nos estudos empíricos norte-americanos, e mais tarde europeus, que se dedicaram à investigação empírica dos processos de comunicação mediatizada e das relações entre os Media e a Democracia. Estes últimos estudos, independentemente dos paradigmas e das escolas, objectivaram analisar o impacto dos Media na democracia americana, nomeadamente as formas como foram agendadas as temáticas (por exemplo, McCombs e Shaw, 1972; Weaver e all., 1981) e construídas as imagens dos candidatos (por exemplo, Jamieson, 1993) e como estes procedimentos incidiram na qualidade da democracia e na formação da opinião pública (por exemplo, Graber, McQuail, e Norris, 1988, Brody, 1991).

Na Europa a pesquisa empírica adquire maior expressão a partir da década de oitenta, quando se iniciam mudanças nos sistemas nacionais e internacionais de comunicação provocadas, quer pelo desenvolvimento de novas tecnologias, quer pelas exigências de políticas de liberalização

dos mercados. Esta nova realidade europeia incentivou um novo tipo de investigação sobre a comunicação política reflectindo os três grandes contextos de alteração: o contexto político, o contexto mediático e o contexto social (Blumler e Gurevitch, 1982; 1995; 2000). Desde então, e tendo como foco a Democracia centrada nos Media, surgem em diversos países europeus, estudos empíricos sobre esta nova realidade (Ferguson, 1990; Franklin, 1994), bem como estudos comparados com os Estados Unidos da América (Semetko e all., 1992; Blumer e Gurevitch, 1995) discutindo a chamada “americanização” da política e a contaminação da comunicação política pelas lógicas do mercado e da publicidade.

Ainda, no interior deste quadro de referência, buscaram-se trabalhos de investigação que tivessem tido como objectivo a análise de mandatos e a construção da imagem pública dos governantes políticos, independentemente de se reportarem, principalmente, ao sistema político e mediático norte-americano. Entre estes estudos salientamos os realizados por Edelman (1988), Brody (1991), Graber e Weaver (1996), sobre a construção e evolução da imagem dos líderes políticos nos *Media* noticiosos. Edelman (1998) afirma que a avaliação de um líder político não decorre do desempenho efectivamente demonstrado, mas sim da volatilidade da opinião pública dependente dos interesses organizados e do espectáculo dos *Media*, sobretudo da televisão. Dentro deste contexto, onde o exercício da Democracia está cada vez mais dependente dos dispositivos mediáticos, o líder político surge rodeado de uma dramaturgia cada vez mais forte mas, simultaneamente, cada vez mais banal nos seus padrões de execução. Esta dramaturgia tende a concentrar-se na descrição do carácter, na personalidade, temperamento, traços pessoais, exigindo uma liderança persuasiva e flexível, com a qual o cidadão ora se identificará ora se distanciará. Ao mesmo tempo, e acompanhando os acelerados ritmos das imagens nos Media, este autor evidencia a erosão cada vez mais rápida da imagem do líder em funções. O estudo de Brody (1991) que incide sobre a popularidade dos presidentes americanos, de Eisenhower (Janeiro de 1953) a Bush (Agosto de 1989), correlaciona os factores de política interna e externa com os indicadores de cobertura presentes na imprensa e na televisão avançando que, nem sempre os sucessos na política interna e externa resultam numa boa imagem pública e, por outro lado, nem sempre os insucessos inter-

nos e externos forjam uma má imprensa e um decréscimo de popularidade. Segundo este autor, para estes fenómenos contribuem muito mais as expectativas depositadas nos presidentes empossados, as alternativas políticas existentes e factores de ordem emocional, como escândalos ou eventos singulares. Por outro lado, a prestação de um presidente decorre dentro de uma “espiral de declínio” inevitável, onde após um estado de graça, que oscila entre os três e os seis meses, os Media noticiosos, os analistas políticos e a opinião pública tendem a cobrar o cumprimento das promessas assumidas. O autor identifica também nos segundos mandatos um período de “estado de graça”, normalmente mais curto que os vigentes nos primeiros mandatos, dado que, mesmo com votações maioritária, há um certo conformismo político e as relações entre os governantes e os Media noticiosos, analistas políticos e opinião pública, retomam, rapidamente, a postura crítica do final do anterior mandato. A investigação de Graber e Weaver (1996) realizada em jornais, revistas e biografias, incidiu sobre os traços mais apreciados nos presidentes, em exercício, dos Estados Unidos. Com base em dois períodos, Era Pré-televisão (Roosevelt, 1901-9 a Eisenhower, 1953-61) e Era Televisão (Kennedy, 1961-63 a Bush, 1989-93), os pesquisadores elegeram 10 categorias prevaletentes: Antecedentes, Intelecto, Motivação, Personalidade, Relacionamentos, Estilo de Comunicação, Competências de Liderança, Estilo Político, Estilo de Decisão e Competências de Gestão. Contudo, e segundo os mesmos autores, a hierarquização dos traços mais apreciados, não é igual nos dois períodos assinalados, verificando-se na Era Pré-televisão valores sensivelmente iguais para toas as categorias e na Era Televisão, uma prevalência das categorias Personalidade, Antecedentes e Estilo Político. Para os autores, estes resultados apontam para a centralidade da televisão na democracia e demonstram a sua influência nas coberturas realizadas pela imprensa e na construção da imagem dos líderes políticos. Dois outros estudos sobre a realidade europeia enquadram ainda o nosso objecto de análise. Um texto sobre o declínio da imagem da elite política alemã (Kepplinger, 2000) com base na cobertura da imprensa e um outro sobre tendências de cobertura de eleições no mesmo país (Wilke e Reinemann, 2001). Kepplinger analisa, dos anos 60 aos anos 90, a cobertura que os jornais alemães fazem dos políticos constatando uma ênfase crescente no conflito e nas perspectivas negativas. Este fenómeno é, segundo os

autores, identificável nas estratégias de comunicação da elite política, que privilegia as afirmações negativas sobre os seus pares, pressupondo obter com estes comportamentos, melhor e maior acesso aos Media noticiosos e conseqüentemente maior publicidade no espaço público. No segundo artigo, de autoria de Wilke e Reineman, discute-se a evolução das coberturas das eleições na Alemanha tendo como parâmetro as características atribuídas às campanhas eleitorais nos Estados Unidos. A análise focalizou preferencialmente a proeminência, personalização, tom e interpretação jornalística das campanhas alemãs, principalmente no que toca à figura do candidato a chanceler. Os resultados não são conclusivos no sentido de fundamentar as afirmações de um progressivo desinteresse pelas campanhas, maior negativismo, personalização e interpretação das notícias. Estas conclusões levam estes autores a divergir da tese de uma progressiva americanização da política europeia.

O segundo quadro de referência foca a literatura que se debruça sobre o papel dos Media na definição de Crise em Democracia. O conceito de Crise assenta na ideia de ruptura no funcionamento de um sistema, caracterizando-se pela sua imprevisibilidade, delimitação no espaço e incidência no funcionamento do próprio sistema. Para Pasquino (Pasquino, 2004), as crises dos sistemas políticos afectam simultaneamente os mecanismos e os dispositivos jurídicos e constitucionais do regime e as relações económicas e sociais. A capacidade do sistema político, incluindo a dos seus agentes, em se adaptar às mudanças e aos desafios, determina em grande parte a resolução, ou superação, da crise. As crises governamentais tendem a ter a sua origem quer em factores internos ao contexto governamental, quer às interacções da estrutura governamental com a sociedade (Pasquino, 2004: 303-4). A noção de crise política permite, ainda, compreender as dialécticas de continuidade e ruptura, promovendo a conexão, real e imaginária, entre uma ordem hegemónica e uma desordem desestabilizadora. Para Raboy e Dagenais (Raboy e Dagenais, 1992: 2-5) numa situação de crise política, os Media têm um papel central, não só porque se trata de um momento em que o sistema político é posto em causa – a informação em democracia é a garantia da existência dos meios de comunicação – como pelas vantagens económicas que acarreta às empresas dos Media. Na sequência deste raciocínio, os Media tendem a “fabricar” as crises, bem como a dar maior visibilidade às crises fabricadas que às genuínas, promovendo

o poder dos actores sociais que as suscitam. Subjacente a esta afirmação está a constatação de Keane (1992: 20-21) que as democracias ocidentais criaram um sistema de “relações perigosas” entre a classe política, as empresas, os profissionais dos Media e os jornalistas, abrindo espaço a situações menos claras e a decisões corporativas. Para o mesmo autor, e na sequência deste processo, as fronteiras entre os interesses do Estado e os de determinados grupos de poder hegemónicos tendem a esbater-se, dando lugar a tráficos de influência e a “poderes” não escrutinados democraticamente. Por outro lado, e em simultâneo, os sistemas políticos democráticos, em situação de crise, tendem a assumir medidas de segurança que passam pela imposição de restrições à actuação dos Media e também pelo controlo das fontes e das agendas noticiosas. A crise política é também um tipo de discurso sobre a coisa pública no espaço público, que envolve códigos específicos de significado onde se privilegiam narrações, fontes e líderes de opinião com determinados pontos de vista, nomeadamente os que se identificam com grupos de interesse e posições de classe. Segundo Bruck (1992: 109-110), constituem estratégias discursivas do desenvolvimento da crise política, os dispositivos que tendem a torná-la um espectáculo através da hiper-mediatização do evento e dos actores, nomeadamente recorrendo a substância noticiosa privada, à personalização dos contextos institucionais e públicos e aos enquadramentos moralistas. Na continuação deste raciocínio, o mesmo autor afirma que, no contexto actual de concorrência empresarial dos Media, mesmo os jornais ditos de “qualidade”, utilizam as primeiras páginas como “espelho” das crises, orientando os pontos de vista dos leitores através do recurso à fotografia e aos títulos sensacionalistas.

Um terceiro quadro de referência fundamenta-se no papel das primeiras páginas nos jornais de referência. Na linha de Kress e van Leeuwen (1999) e Norris (2000) as primeiras páginas da imprensa, incluindo as dos jornais de referência, são as que mais reflectem as contaminações operadas pela cultura imagética da televisão. As primeiras páginas articulam dispositivos visuais, como a diagramação, a disposição dos textos em blocos, as chamadas, os títulos e as fotografias, que ultrapassam o sentido do texto escrito. Segundo estes autores, o recurso a estudos empíricos quantitativos e qualitativos que analisam estes elementos, permite observar regularidades não só na apresentação da informação, como na percepção da informação veiculada (Kress e

van Leeuwen, 1999: 205-206). Por outro lado, a valorização gráfica das primeiras páginas, obtida com recurso a fotografias e à disposição de títulos em *leads* em blocos, é um dos factores que mais influi na construção das saliências significativas da primeira página (Kress e van Leeuwen, 1999) e na construção da imagem dos políticos (Sparks e Tulloch, 2000; Norris, 2002; Louw, 2005). Na perspectiva destes autores, o tipo de valorização gráfica, em associação ao *layout* das primeiras páginas, estrutura as relações entre texto e imagem, estabelecendo relações de significação que podem ser corroborativas, contraditórias ou contrárias. Estas relações são ainda mais determinantes no caso das fotografias e fotolegendas, na medida em que a sua disposição e dimensão, determinam procedimentos de *scaneamento* das primeiras páginas pelos leitores que, por sua vez, tendem a influenciar as posteriores leituras. Por outro lado, as fotografias e fotolegendas constroem a imagens dos fotografados, tanto pelas imagens seleccionadas, que levam à criação de uma imagem de marca adstrita a uma personalidade política, como pelos elementos emocionais e de palco que acabam por a compor (Louw, 2005). Estas observações vêm, por um lado apoiar os estudos que sublinham a tendência dos *Media* noticiosos em privilegiar o *infotainment* na comunicação política, isto é, as notícias leves em contraste com as notícias sérias (Patterson, 2003), o conflito em detrimento do consenso (Capella e Jamieson, 1997), a personalização ao invés das ideias (Blumler e Gurevitch, 1995, Jamieson, 1992), acentuando os aspectos de cinismo e negativismo na cobertura política (Patterson, 1994). Contudo, e como observa Brants (Brants, 1998), as análises de conteúdo disponíveis apresentam um quadro ambíguo e contraditório do crescimento de notícias de tipo *infotainment* (Brants, 1998), sendo que as primeiras páginas apelativas não correspondem, necessariamente, a conteúdos menos aprofundados.

Um último aspecto, que baliza teórica e metodologicamente o nosso trabalho, reporta-se aos poucos estudos longitudinais existentes em Portugal sobre a cobertura jornalística de actos de democracia. Os primeiros estudos empíricos extensivos sobre comunicação política focaram os comentadores políticos na imprensa (Figueiras, 2005) e as campanhas eleitorais (Serrano, 2006). O primeiro estudo tem como objectivo recensear o “espaço opinião” e o campo de actuação dos líderes de opinião ao longo de mais de duas décadas nos jornais de referência. O

segundo estudo debruça-se sobre a cobertura das eleições presidenciais no *Diário de Notícias* e em três canais de televisão aberta (RTP1, SIC e TVI) e tem como objectivo analisar a cobertura realizada, pelos Media noticiosos, das campanhas eleitorais. Outras investigações, temporalmente mais circunscritas, como as realizadas por Bacalhau (1994) e Leston-Bandeira (1996, 2003), centraram-se na análise da imprensa diária e semanal, e tentaram aferir os níveis de satisfação com os parlamentares, assim como observar qual era a imagem pública do parlamento português entre as elites e o cidadão comum.

Para terminar, lembramos que, apesar de não ser objecto deste estudo e desta exposição, os quadros relativos à propriedade, direcção e circulação dos jornais nos respectivos períodos de análise, são muito importantes para a interpretação dos dados empíricos levantados.

3 Aspectos Metodológicos e hipóteses de trabalho

Os dados recolhidos foram tratados pelo programa estatístico, SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*). A definição de variáveis e a sua codificação têm como pressuposto a existência de conhecimentos estruturados no campo da comunicação política. Quer isto dizer que a construção de variáveis capazes de responder à pergunta de partida, e dar conta dos objectos e dos objectivos desta pesquisa, resultaram de um percurso teórico e empírico, que consistiu na revisão bibliográfica já apresentada. Ao mesmo tempo, o processo de identificação de variáveis e das suas modalidades ou indicadores, foi alvo de um pré-teste, com base em 100 peças seleccionadas no *corpus*, com o objectivo de aferir se as variáveis e os indicadores eleitos que traduzissem a multiplicidade de evidências, ou fenómenos sociais, reportados. Em acordo com estudos já publicados, foram considerados três grupos de variáveis e respectivas modalidades: as variáveis de *Forma*; as variáveis de *Conteúdo* e as variáveis de *Discurso*. As variáveis de *Forma* descrevem as particularidades do meio de comunicação analisado, neste caso os dois jornais de referência, e fundamentam-se nas teorias dos Media, do Jornalismo e da Notícia. As variáveis de *Conteúdo* visaram codificar os temas — a substância da comunicação política — e foram construídas tendo como suporte teórico, a bibliografia de autores reconhecidos na área. As variáveis de *Discurso* incidem sobre as características do

tratamento das temáticas e tiveram como suporte não só as Teorias da Análise do Discurso, como a literatura especializada sobre comunicação política. Neste artigo, a definição das variáveis e das modalidades que lhes estão associadas, fundamentou-se nos estudos teóricos que antecederam ao trabalho empírico realizado no Projecto Televisão e Actos de Democracia, bem como na codificação realizada por Estrela Serrano (Serrano, 2006) na elaboração da sua tese de Doutoramento.

As hipóteses de trabalho que apresentamos fundamentam-se no enquadramento teórico anteriormente exposto e organizam-se em cinco pontos. No primeiro ponto, procuramos observar, em consonância com estudos internacionais (Blumler e Gurevitch, 1998; 1995; 2000), se há indicadores na imprensa de referência que indiquem as grandes alterações políticas, sociais e mediáticas operadas em Portugal, nos anos noventa e início do milénio. Um segundo ponto, decorrente do primeiro, objectivará enunciar os elementos que apontem para uma relação entre lógicas de entretenimento, presentes nas televisões comerciais, e a descredibilização da política, atribuída a estratégias de *infotainment* (Jamieson, 1992; Brants, 1998, Patterson, 1994, 2003). Uma terceira hipótese de trabalho, que está igualmente associada à primeira, procurará observar a relação entre industrialização, novas tecnologias e padrões de cobertura dos finais de mandato, tendo em conta que as primeiras páginas tendem a incorporar, de forma singular, essas transformações (Kress e van Leeuwen, 1999, Norris, 2000). O quarto, e último ponto, têm como hipótese de trabalho, que todos os finais de mandato tendem a estar sujeitos a um escrutínio jornalístico e popular muito apertado (Brody, 1991). No entanto, em função dos contextos políticos, económicos e sociais e das particularidades de cada candidato, a imprensa tende a enquadrá-lo (*framing*) de forma particular (Pu-tsung King, 1997; Cappella e Jamieson, 1997; Bennett e Entman, 2001).

4 Análise e interpretação dos dados

Dos dados recolhidos referentes aos três mandatos, observa-se que a maior cobertura jornalística incide, proporcionalmente e retiradas as peças publicadas no semanário *Independente*, no final de mandato de Cavaco Silva que obtém 46,4% do volume das peças analisadas. De notar que o *Público*, com 39,0%, é o diário com maior índice de cober-

tura, contra 31,8% no *Diário de Notícias*. Salienta-se, ainda os valores de cobertura do *Expresso*, 23,3%, proporcionalmente muito elevados, dado que se trata de um semanário. Outro dado a ter em conta, é a cobertura noticiosa obtida por Santana Lopes nos seus oito meses de mandato, com uma média de 34,7 peças publicadas por mês, sendo que Cavaco Silva (sem ter em conta as peças publicadas no *Independente*) atinge a média de 31,2 peças ao mês e Guterres, o mais baixo valor com 20,9 peças/mês.

Títulos	Cavaco Silva Jan.1994- Dez.1995	António Guterres Jan.2000- Dez.2001	Santana Lopes Jul.2004- Fev.2005	Total/ Título
<i>DN</i>	226	160	128	514
<i>Público</i>	335	187	118	630
<i>Expresso</i>	189	155	32	376
<i>Independente</i>	84	_____	_____	84
Total/ Mandato	834	502	278	1614

Quadro I— Peças por Título de Jornal e Mandato

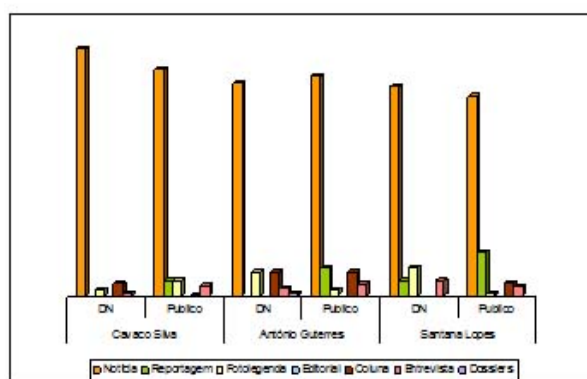
Ainda de notar que nos dois biénios que compõem, respectivamente, os finais de mandato de Cavaco Silva (1994-95) e António Guterres (2000-01), 62,2% das peças publicadas, nas primeiras páginas, pelos dois diários, referem-se aos finais de mandato. No *DN*, as peças sobre finais de mandato representam, nos quatro anos, 24,4% das primeiras páginas e no *Público* este valor eleva-se aos 35,8%. Salienta-se ainda que em 1994, tanto os diários como os semanários, publicaram mais notícias sobre Cavaco Silva, principalmente entre os meses de Outubro e Dezembro. Já António Guterres recebeu, em 2000, no *Diário de Notícias*, uma maior cobertura (92 peças), e em 2001, foi o *Público* (102 peças) que mais noticiou este final de mandato. Já o *Expresso* mantém um nível de cobertura semelhante, com 78 peças publicadas em 2000 e 77, em 2001.

No que concerne à localização no jornal, observa-se que, em todos os mandatos, as peças predominam na zona superior. Assim, no *DN*, as Manchetes predominam no mandato de Cavaco Silva (47,3%), situando-se na zona superior (49,6%), seguindo-se as peças principais na página (35,8%). No *Público*, a maior parte das peças são Notícias

de primeira página (49,6%) e também se encontram na zona superior (42,1%). No mandato de António Guterres, a maior parte das peças são notícias de primeira página (43,8% no *DN* e 51,9% no *Público*) igualmente situadas na zona superior. Nos oito meses de mandato de Santana Lopes os dados recolhidos evidenciam que as peças estão preferencialmente localizadas na zona superior e centro direita, as Manchetes estão mais presentes no *Diário de Notícias* (37,8%) e no *Público*, verificam-se mais Notícias de primeira página (43,8%), seguindo-se as Manchetes (39,0%), que são em número superior às registadas no *Diário de Notícias*.

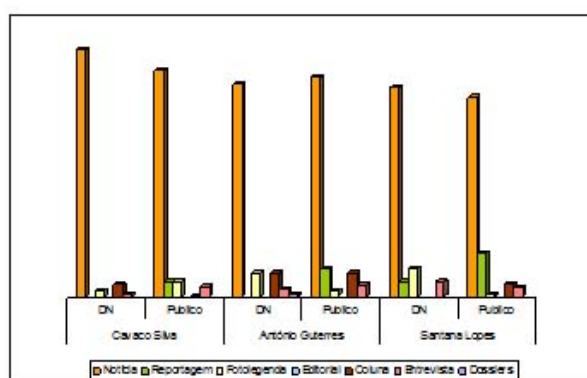
O comportamento do *Expresso*, durante os três mandatos, é bastante semelhante apresentando a maioria das notícias de primeira página publicadas na zona superior com os seguintes valores: 55,6% no governo de Cavaco Silva, 49,7% no governo de Guterres e 51,6% no mandato de Santana Lopes.

Nos finais de mandato de Cavaco Silva e Guterres nota-se que a Notícia é o género jornalístico com mais incidência nos dois diários. A Reportagem agrega cerca de 7% dos itens do *Público*, mas nunca aparece nas primeiras páginas do *DN*, enquanto se verificam valores semelhantes na Fotelegenda. No *Público*, as fotelegendas encontram maior expressão no final de mandato de Cavaco Silva, enquanto no final de mandato de António Guterres é o *DN* que publica mais fotelegendas. Relativamente às Entrevistas, note-se que o *Público* publicou 12 entrevistas no final de mandato de Cavaco Silva e 8 no final de mandato de António Guterres. Por seu lado, o *DN* publicou 2 entrevistas, no final de mandato de Cavaco Silva e 4 no final de mandato de António Guterres. No final de mandato de Santana Lopes, os dois diários publicam mais notícias (78,3% no *DN*, 74,7% no *Público*), sendo que no *Público* se salientam as Reportagens (16,4%) e no *DN* as fotelegendas (10,5%).



Quadro II— Géneros jornalísticos por Mandato e diário

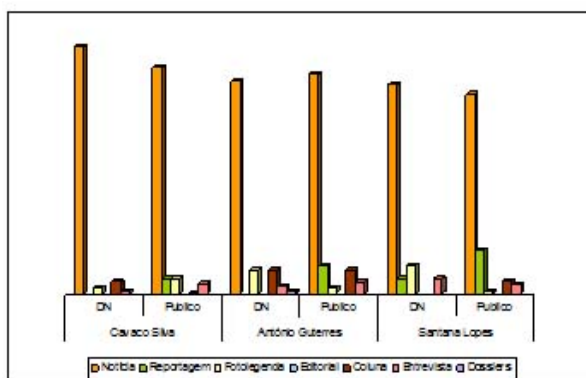
Quanto ao semanário *Expresso*, observa-se que a Notícia, é o género predominante, verificando-se, nos finais de mandato de Cavaco Silva, António Guterres e Santana Lopes, respectivamente 87,8%, 84,5% e 86,8%, seguindo-se, muito distanciados em valores, as Entrevistas, e as Fotolegendas. O semanário *Independente*, que só foi analisado no mandato de Cavaco Silva, apresenta 97,8% de notícias e 2,4% de Entrevistas.



Quadro III— Género jornalístico por Mandato e semanário

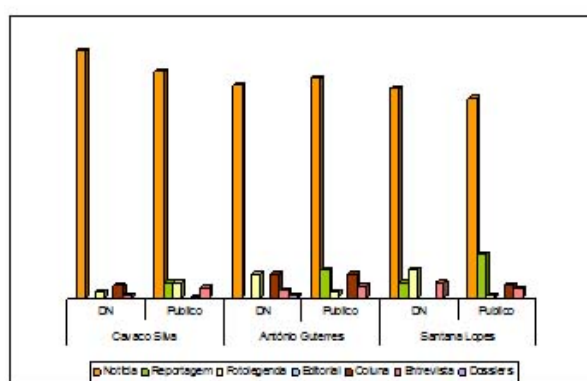
Um outro dado importante refere-se à valorização gráfica. O *DN* é o diário com mais valorização gráfica, chegando a fotografia a ilustrar, nos governos de Cavaco Silva e Santana Lopes, respectivamente 63,7% e 60,1% das peças. Regista-se que o governo de Santana Lopes é, proporcionalmente, o mais ilustrado no *Público*, com fotografia em 46,6%

das peças, em comparação com 38,8% no mandato de Cavaco Silva e 36,9% no de Guterres. No jornal *Público*, é o governo de Guterres que apresenta menor valorização gráfica. As diferenças entre o *Público* e o *DN* devem-se ao facto do primeiro registar um maior número de notícias breves, sem ilustração.



Quadro IV— Valorização Gráfica dos Mandatos nos diários

No que toca ao semanário *Expresso* observa-se que o mandato de Cavaco Silva é o mais ilustrado, quer através de fotografias (59,8% das peças), quer recorrendo a infografias. Segue-se o mandato de Santana Lopes com 46,2% das peças ilustradas e uma percentagem elevada de ilustrações (5,5%) que são, na maioria, cartoons do *António*. O final de Mandato de António Guterres é, mais uma vez, o menos ilustrado. As fotografias no final de mandato de Cavaco Silva, no *Independente*, acompanham 72,6% das peças, um valor superior ao registado no semanário *Expresso*.



Quadro V — Valorização Gráfica dos Mandatos nos semanários

Os temas mais tratados nos diários de referência nos diários analisados são os Assuntos de Governação, Política Partidária, Política Internacional e União Europeia. De notar que o maior número de peças sobre Assuntos de Governação, nos dois primeiros mandatos, se localiza no *Público*, enquanto no governo Santana Lopes os valores são sensivelmente os mesmos nos dois jornais (28,1%, em 128 peças no *DN* e 28,1% em 118 peças no *Público*). Nos dois primeiros mandatos é o *DN* que mais cobre as temáticas de Política Partidária (42,0% sobre 226 peças no mandato de Cavaco Silva, 32,5% sobre 160 peças no mandato de Guterres). Assinale-se que o governo de Santana Lopes não regista peças sobre Política Partidária, concentrando valores importantes nas Acções de Campanha (36,4% no *DN* e 32,9% no *Público*) e nos Traços de Personalidade do primeiro-ministro, respectivamente 1,4% de peças no *DN* e 2,1% no *Público*. Verifica-se, ainda, que o tema Escândalos alcança, nos dois diários, e em todos os mandatos, os mesmos valores, não ultrapassando os 6,9 %, valor registado no final de mandato de Guterres no *DN*. Já as Sondagens adquirem maior expressão no *DN*, durante o governo de Santana Lopes (6,3%). O semanário *Expresso* dá, igualmente, maior visibilidade, em todos os mandatos, aos Assuntos de Governação. No entanto, enquanto Cavaco Silva apresenta os temas associados a Sondagem (10,6%) e Política Internacional (7,9%) em segundo lugar, Guterres tem um maior número de peças afectas à Política Internacional (12,9%), seguindo-se as peças relativas a Política Partidária e Acções de Campanha, ambas com 7,7%. Já no governo de Santana Lopes o segundo tema mais abordado é o que se refere à Acções de

Campanha (29,7%), seguindo-se as referências à União Europeia com 11,0%.

Uma vez identificados os principais temas abordados, é importante compreender qual é o Tom que lhes é conferido. A variável Tom pretende avaliar o posicionamento dos protagonistas, das fontes e dos Media noticiosos face à informação veiculada, podendo demonstrar uma perspectiva neutra (Tom neutro), negativa (Tom negativo), ou positiva (Tom Positivo), correspondendo respectivamente, a uma cobertura noticiosa em que se apresentam, equilibradamente, diferentes pontos de vista, a coberturas que dão ênfase aos conflitos e aspectos negativos e, por último, àquelas que apontam os aspectos mais positivos. Nos três mandatos, observa-se, nos diários e nos semanários, que o tom é predominantemente Negativo, sobretudo no *Público* onde os governos de Cavaco Silva e Santana Lopes verificam respectivamente 57,5% e 43,8% das peças nesse tom. A cobertura mais positiva verifica-se no mandato de Cavaco Silva, no *DN*, com 34,6% das peças em tom positivo. A cobertura mais neutra regista-se no *Público* no mandato de Cavaco Silva, com 31,6% de peças nesse tom. No semanário *Expresso*, o tom é igualmente, predominantemente negativo, com especial incidência no mandato de António Guterres (49,1% das peças). A cobertura mais positiva refere-se, igualmente a este mandato, e o tratamento mais neutro verifica-se no governo Santana Lopes (50,6%). Na cobertura o mandato de Cavaco Silva, o *Independente* apresenta 50,0% das peças em tom negativo e 44,0% em tom neutro, sendo 6,0% em tom positivo.

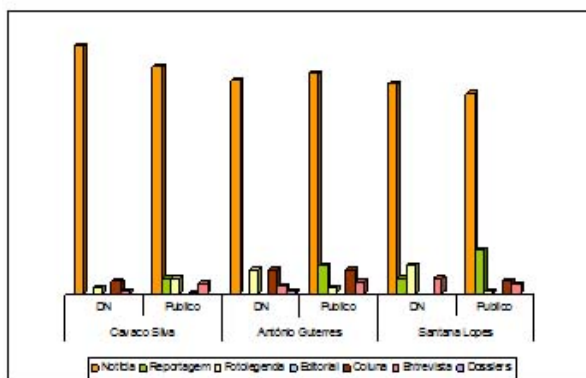
A variável Actores assinala o protagonismo dos primeiros-ministros em cada peça, aferido pelo número de referências que lhe são feitas, citações e atribuições de acção. Os Actores são os protagonistas das notícias, neste caso os protagonistas políticos que se encontram referidos nas peças analisadas. Os dados obtidos, nesta análise, devem ser lidos em conjunção com as citações — dispositivos que permitem dar voz aos políticos ou a qualquer actor reportado nas notícias — mas também em associação com as referências a outras personalidades e instituições que, em muitos casos, surgem na qualidade de fontes. Na análise dos Actores presentes nas peças, a categoria Vários obtém um valor muito elevado, o que significa que as peças jornalísticas abordam mais do que um Actor. Nota-se que no *Público* esta tendência é muito maior (cerca de 90%). No *DN*, há uma forte personalização de Cavaco Silva, mas

com valores muito próximos à dos dois principais partidos políticos. Já no *Público*, há uma enorme dispersão (sustentada pelos valores registados pela categoria Vários), uma fraca personalização de Cavaco Silva e António Guterres e o desaparecimento total dos partidos. No final de mandato de Cavaco Silva, António Guterres não aparece individualizado nas notícias. O mesmo acontece no final de mandato de António Guterres, onde Cavaco Silva também não surge individualizado nas notícias. No final de mandato de António Guterres, para além dele, não existe mais nenhuma personalidade individualizada. Analisando as personalidades ou instituições que surgem associadas às notícias, observa-se que, no final de mandato de Cavaco Silva, no *DN*, as personalidades com maior visibilidade são Mário Soares, Fernando Nogueira e António Guterres. Já no *Público*, a visibilidade centra-se em Mário Soares, Fernando Nogueira, António Guterres e Jorge Sampaio. No final de mandato de António Guterres, no *DN*, a visibilidade é partilhada por Durão Barroso, Fernando Gomes, Jorge Sampaio e Manuel Maria Carrilho. No *Público*, verifica-se uma enorme dispersão das personalidades, com maior incidência, ainda assim, em Durão Barroso, Jorge Sampaio e Ferro Rodrigues. Da análise geral, nota-se um forte predomínio das fontes oficiais. No governo Santana Lopes, associado ao protagonismo do primeiro-ministro, encontram-se referências a vários actores sociais, nomeadamente o anterior primeiro-ministro Durão Barroso, o Presidente da República Jorge Sampaio, e o secretário-geral do maior partido da oposição, José Sócrates. Note-se que o parceiro da coligação governamental, Paulo Portas, tem uma discreta visibilidade. Assim, no *Diário de Notícias*, as figuras que mais aparecem associadas às notícias sobre Santana Lopes são Durão Barroso, José Sócrates, Jorge Sampaio e Paulo Portas. Enquanto que no *Público* são Durão Barroso, Jorge Sampaio e José Sócrates.

No semanário *Expresso*, os três mandatos apresentam comportamentos muito semelhantes aos diários. Deste modo o protagonismo de Cavaco Silva está associado, principalmente, ao de Mário Soares, seguido de Jorge Sampaio e Manuel Monteiro. Já a visibilidade de António Guterres está, em menor proporção, associada a Durão Barroso e mais distante ainda da conferida a Manuel Maria Carrilho. No mandato Santana Lopes verifica-se que, nas notícias sobre o primeiro-ministro,

são mais frequentes as associações com Durão Barroso, seguidas das que referem José Sócrates e Manuela Ferreira Leite.

É importante, ainda, analisar um outro conjunto de dados levantados em torno dos títulos utilizados nestas peças. Apesar dos objectivos dos títulos serem anunciar e resumir a informação contida na notícia e convencer os leitores da pertinência da informação são muitas as estratégias utilizadas. Na nossa análise recorreremos à seguinte classificação: indicativos; explicativos; apelativos; lúdicos; expressivos interrogativos e declarativos (Fontcuberta, 1999). Em termos gerais, os títulos predominantes nas notícias analisadas nos três mandatos são do tipo explicativos e apelativos. Cavaco Silva regista o maior valor de títulos apelativos no *Público* (47,8%), enquanto Guterres e Santana Lopes, no *DN* obtêm percentagens muito semelhantes de títulos explicativos, respectivamente 51,3% e 51,0%. Assinale-se que na cobertura do final de mandato de Cavaco Silva o *DN* apresenta 4,4% de títulos lúdicos e o *Independente* 21,4%. Na cobertura do mandato de Santana Lopes registam-se 0,70% de títulos lúdicos no *DN*.



Quadro VI — Tipo de Títulos nos diários por Mandato

No *Expresso* a maioria dos títulos nos três mandatos são informativos e no governo de Cavaco Silva, o *Independente* utiliza 35,7% de títulos apelativos e 21,4% de títulos lúdicos.

5 Conclusão

Antes de mais salientamos que esta conclusão incide sobre os dados anteriormente apresentados. Nesta interpretação dos dados fica por ponderar, ainda, alguns factores relevantes na definição das coberturas, nomeadamente os que dizem respeito aos ciclos económicos e políticos nacionais e internacionais, bem como à propriedade e à direcção dos órgãos de imprensa analisados. Em função destas limitações nem todas as hipóteses de trabalho formuladas obtêm respostas convincentes. A primeira hipótese de trabalho procurou, em consonância com estudos internacionais longitudinais (Blumler e Gurevitch, 1998; 1995; 2000), detectar indicadores que permitissem apontar as grandes alterações políticas, sociais e mediáticas operadas em Portugal na década de noventa e início do milénio. Em resposta a esta hipótese, os dados estatísticos apurados permitem aferir e localizar, no espaço e no tempo, os grandes temas tratados, a proeminência dos protagonistas políticos e o tipo de relações institucionais de cada mandato. É possível, também, aferir, através da análise das variáveis que identificam as Personalidades e Actores, o protagonismo dos primeiros-ministros, dos ministros dos respectivos governos e a capacidade dos partidos de oposição. Os dados recolhidos, permitem igualmente conferir que há dois temas com grande cobertura, o da Política Partidária (dos dois partidos maioritários) e a dos Assuntos de Governação (discussões sobre o défice e a economia), notando-se uma cobertura crescente das temáticas referentes à Política Internacional e à União Europeia. Todos os mandatos têm sensivelmente a mesma visibilidade, dado que as notícias estão dispostas, na generalidade, no canto superior direito e no centro da primeira página. As diferenças estão na proeminência que decorre do *layout* de primeira página utilizado por cada jornal. Note-se ainda que, dos três mandatos, o primeiro, Cavaco Silva, é o que tem maior cobertura, seguindo-se o mandato de Santana Lopes e, finalmente, o de António Guterres. Assinale-se, também, que a cobertura mais positiva se refere a este último primeiro-ministro.

Uma segunda hipótese, decorrente da primeira, visava identificar elementos que apontasse para uma relação entre lógicas de entretenimento, presentes nas televisões comerciais, e a descredibilização da política, atribuída a estratégias de *infotainment* (Jamieson, 1992; Brants,

1998, Patterson, 1994, 2003). Os dados recolhidos apontam para novos critérios de produção da notícia, presentes, nomeadamente, na padronização do grafismo, na disposição dos textos em blocos, no recurso a fotografia, fotolegenda, ilustrações, e um certo aligeiramento dos títulos. No entanto, os dados empíricos levantados não são conclusivos quanto ao crescimento da informação tipo *infotainment*, apesar de se identificarem em todos os jornais analisados, formatos padronizados que condicionam não só a disposição como o tratamento da informação. No entanto, e independentemente dos factores propriedade e direcção do órgão de comunicação, verifica-se que a substância da cobertura dos mandatos, isto é, as temáticas abordadas ao longo do mandato, e a personalidade do candidato, tem maior peso no tipo de cobertura realizado. Em todos os mandatos há referências à “Crise”, mas é no mandato de Santana Lopes que esta está mais vinculada à informação entretenimento e à personalização. Refira-se que no final de mandato de Cavaco Silva, a personalização é muito forte e trabalhado em torno das tensões entre o Primeiro-Ministro e o Presidente da Republica e com os Media noticiosos, através da propalada “má imprensa” (Silva, 2004, 2004b; Lima, 2004). Como se referiu anteriormente, a “crise política” é um tipo de discurso sobre a coisa pública no espaço público. Envolve códigos específicos de significado onde se privilegiam narrações, fontes e líderes de opinião com determinados pontos de vista, principalmente, os que se identificam com grupos de interesse e posições de classe. A ênfase dos Media noticiosos nesses pontos de vista — a repetição dos enquadramentos e o grau de envolvimento emocional— promove um tipo de discursividade que tende a tornar os temas um espectáculo, através da hiper-mediatização dos eventos e dos actores. Para tal, as notícias recorrem à substância noticiosa privada, à personalização dos contextos institucionais e públicos e aos enquadramentos moralistas (Bruck, 1992: 109-110). Todos estes indicadores discursivos da crise política surgem nos três mandatos analisados. No entanto, eles são mais recorrentes na cobertura do mandato de Santana Lopes. Para este processo, contribuiu indubitavelmente, toda a sua trajectória pública, onde se salienta o seu estilo de fazer política, as suas actividades como comentador político e desportivo nos meios de comunicação, nomeadamente na televisão, e a consecutiva exposição mediática da sua vida pessoal.

A terceira hipótese de trabalho procurou observar a relação entre in-

dustrialização, as novas tecnologias e padrões de cobertura dos finais de mandato, tendo em conta que as primeiras páginas tendem a incorporar, de forma singular, essas transformações (Kress e van Leeuwen, 1999, Norris, 2000). Como resposta a esta hipótese, identificam-se alguns elementos de rotinização do trabalho jornalístico, nomeadamente, na já referida padronização do *layout*, na disposição das peças e das fotografias, na proeminência dada às notícias e na utilização preferencial de fontes oficiais. Por outro lado, há elementos constantes e comuns, nos diários e no semanário *Expresso*, em termos da cobertura dos mandatos, o que permite aventar uma cultura, ou orientação redaccional única no jornalismo de referência. Por exemplo, a utilização de citações transformadas — isto é, citações onde se observa a interpretação e a utilização de palavras dos jornalistas— de títulos apelativos e de tratamento estratégico de temas — ressaltando aspectos de conflito, concorrência e de adversidade. Uma outra estratégia utilizada é, a já citada personalização, salientando características particulares dos primeiros-ministros e dos protagonistas políticos. Estas características, comuns a todos os jornais, encontram-se muito reforçadas, na cobertura do final de mandato de Cavaco Silva, no semanário *Independente*, um projecto colectivo de alguns jovens jornalistas com relações privilegiadas na sociedade portuguesa (Reis e Nunes, 1993), que apresenta mais elementos de orientação para o mercado, identificáveis na visibilidade conferida às notícias e seus actores (72,6% de peças ilustradas) e no tratamento gráfico. Em acordo com autores que se debruçaram sobre estes fenómenos, estas orientações não implicariam, necessariamente, a tabloidização ou decréscimo da qualidade dos conteúdos, mas sim a incorporação de elementos apelativos no sentido de garantir as vendas a diferentes públicos (Kress e van Leeuwen, 1999; Norris, 2002).

O quarto, e último ponto, equacionou como hipótese de trabalho, que todos os finais de mandato tendem a estar sujeitos a um escrutínio jornalístico e popular muito apertado (Brody, 1991). No entanto, em função dos contextos políticos, económicos e sociais, e das particularidades de cada candidato, a imprensa tende a enquadrá-lo (*framing*) de forma particular (Pu-tsung King, 1997; Capella e Jamieson, 1997; Bennett e Entman, 2001). Os dados recolhidos nas primeiras páginas dos jornais *Público*, *Diário de Notícias*, *Expresso* e *Independente*, confirmam, em parte, esta tendência, sobretudo através da variável Tom, que

objectiva aferir o tipo de objectividade/posicionamento com que a informação é veiculada. Em todos os jornais analisados as peças apresentam, maioritariamente, um tom negativo, denotando o ponto de vista do jornal e do jornalista, bem como privilegiando a perspectiva do conflito institucional. Esta constatação apoia-se, ainda, no tipo de títulos utilizados, predominantemente apelativos, e nos enquadramentos que como já foi referido, enfatizam os conflitos e os jogos políticos de bastidores. Nota-se, assim, que à medida que o tempo passa, se agrava a erosão da figura do primeiro-ministro e do seu governo, confirmando a “espiral de declínio” observada por Brody (1991) relativamente aos finais de mandato dos presidentes norte-americanos. Este fenómeno parece ser constante, mesmo quando há incertezas quanto à recandidatura, como aconteceu com Cavaco Silva, ou surpresas na antecipação do mandato, no caso de António Guterres. Quanto a Santana Lopes, a herança de um mandato, as condições específicas em que o assumiu, o capital político, mediático e pessoal acumulado, criaram-lhe uma atmosfera complexa de gerir, de que dão conta os Media noticiosos. Como se sabe, o grande capital político dos governantes e candidatos constitui-se a partir da sua imagem pública, ou daquilo que da vida privada se torna público, da sua aparência física e moral, assim como da sua proficiência discursiva e imágética (Louw, 2005). O político Santana Lopes acumulou este capital ao longo da sua vida pública e disponibilizou aos meios de comunicação, e muito especialmente, à chamada imprensa cor-de-rosa o espectáculo da sua vida pessoal. A capacidade de gestão de todos estes factores, congregados em torno da figura pública e da celebridade mediática Santana Lopes, potenciou expectativas em todos os quadrantes políticos. No centro destas expectativas estiveram as ressalvas à capacidade da figura pública conseguir “apagar” a celebridade mediática e assumir o papel e o sentido de Estado inerente ao cargo de Primeiro-Ministro, num contexto de turbulência nacional e internacional.² Para a erosão do capital político e mediático agregado, muito contribuíram os erros consecutivos na gestão da informação e da imagem — tais como *timings*, cenários, fugas de informação, desautorizações e sobreposições de informação, autoridade errática na veiculação da informação — que

² Note-se, por exemplo, a quantidade de blogs que se debruçaram sobre a figura pública Santana Lopes e a erosão que parecem ter provocado na sua imagem de político.

acabaram por consolidar as pré-existentes ressalvas de grupos de interesse económicos e políticos. Estas ressalvas tendem a ecoar, no espaço público mediatizado, associadas a factores conjunturais e estruturais de âmbito nacional e internacional, não encontrando na comunicação política do governo estratégias de apaziguamento e segurança. Muito pelo contrário, as estratégias de comunicação política de Santana Lopes, evidenciaram sinais de descoordenação, assumiram posicionamentos de censura e secretismo, vitimizaram o Primeiro-Ministro — através de estratégias de personalização e hiper-mediatização — e esqueceram o sentido de Estado inerente à função e à percepção generalizada de Crise.

Em resumo, e tendo como base os dados empíricos recolhidos, nas primeiras páginas, destes três mandatos, não há elementos suficientes que permitam concluir um processo evolutivo de descredibilização da comunicação política. No entanto, há elementos que apontam para um aligeiramento do tratamento dos dignitários e da substância política. De facto, não se observa, ao longo deste período, uma evolução progressiva de factores associados ao *infotainment*, tais como, escândalo político, ênfase na personalização e o tom negativo das notícias. Nota-se, ainda, a pouca cobertura relativamente a temas de política internacional, nomeadamente europeia, ao mesmo tempo em que se regista uma ênfase dada à política partidária, e aos assuntos de governação, enquadrados de forma a privilegiar os conflitos entre personalidades e partidos.

6 Bibliografia

- BACALHAU, M. (1994), *Atitudes, Opiniões e Comportamentos Políticos dos Portugueses: 1973-1993*, Lisboa: FLAD.
- BARRETO, A. (org.) (2000), *A Situação Social em Portugal 1960-1999*. Lisboa: ICS.
- BENNETT, L. e ENTMAN, R. (2001), *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*, Cambridge: University Press.
- BLUMLER, J. G. e GUREVITCH, M. (1982) “The political effects of mass communication” in GUREVITCH, M., BENNETT, T., CURRAN, J. e WOOLLACOTT, J. *Culture, Society and the Media*, London: Routledge: 236-267.

- BLUMLER, J.G. e GUREVITCH, M. (1995), *The Crisis of Public Communication*, London: Routledge.
- BLUMLER, J.G. e GUREVITCH, M. (2000), "Rethinking the Study of Political Communication", in CURRAN, J. e GUREVITCH, M. *Mass Media and Society*, London: Arnold: 155-172.
- BRANTS, K. (1998), "Who is afraid of infotainment", *European Journal of Communication*, 13 (3), London: Sage: 315-335.
- BRODY, R.A. (1991), *Assessing the President: the Media, Elite Opinion and Public Support*, Stanford: University Press.
- BRUCK, P. (1992), "Crisis as Spectacle: Tabloid News and Politics of Outrage" in RABOY, M. e DAGENAIS, B. (1992), *Media, Crisis and Democracy*. London: Sage: 108-119.
- CAPELLA J.N. e JAMIESON, K.H (1997), *Spiral of Cynism: The Press and the Public Good*, Oxford: University Press.
- EDELMAN, M. (1998), *Constructing the Political Spectacle*, Chicago: The University of Chicago Press.
- ESSER, F. (1999), "Tabloidization of News: A Comparative Analysis of Anglo-American and German Press Journalism", *European Journal of Communication*, London: Sage 14(3): 291-324.
- FAUSTINO, P. (2004), *A Imprensa em Portugal: transformações e tendências*, Lisboa: Media XXI.
- FERGUSON, M. (Ed.) (1990), *Public Communication: The New Imperatives*, London: Sage.
- FIGUEIRAS, R. (2005), *Os comentadores e os Media: os autores das colunas de opinião*, Lisboa: Livros Horizonte.
- FONTCUBERTA, M. de (1999), *A notícia*, Lisboa: Notícias Ed.
- FRANKLIN, B. (1994), *Packaging Politics: Political Communication in Britain's Media Democracy*, London: Arnold.

- GRABER, D. e WEAVER, D. (1996), "Presidential Performance Criteria: The Missing Element" in Election Coverage, *Press Politics* 1(1), Harvard: Harvard University, 1(1): 7-32.
- GRABER, D., McQUAIL, D., NORRIS, P. (1998), *The Politics of News The News of Politics*, New York: C Q. Press.
- JAMIESON, K. (1992), *Dirty Politics: Deception, Distraction and Democracy*, Oxford: University Press.
- KEANE, J. (1992), "The Crisis of The Sovereign State", in RABOY, M. e DAGENAIS, B. (1992), *Media, Crisis and Democracy*, London: Sage: 17-33.
- KEPPLINGER, H.M. (2000), "The Declining Image of the German Politic Elite", *Press Politics*, Harvard: University Press, 5 (4): 71-88.
- KRESS, G. e T. van LEEWEN (1999), "Front Pages: (The critical) Analysis of Newspaper Layout", in BELL, A. e GARRETT, P. (eds). *Approches to Media Discourse*, Oxford: Blackwell Publishers: 187-219.
- LESTON-BANDEIRA, C. (1996), "The Portuguese parliament" in The Cavaco Era. *Research Papers on Legislative Studies*. 3 (9), Hull: Center for Legislative Studies, University of Hull.
- LESTON-BANDEIRA, C. (2003), "O parlamento e a opinião pública em Portugal: argumentos para a reforma", *Análise Social*, 38 (167), Lisboa, ICS: 467-482.
- LIMA, F. (2004), *O meu tempo com Cavaco Silva*, Lisboa: Bertrand.
- LOUW, E. (2005), *The Media and Political Process*, London: Sage.
- MAGALHÃES, P. (2000), "Desigualdade desinteresse e desconfiança: a abstenção nas eleições legislativas de 1999", *Análise Social*, 35 (157), Lisboa, ICS: 1079-1093.
- MAGALHÃES, P. (2003), "A confiança nos parlamentos nacionais: regras institucionais, representação e responsabilização política", *Análise Social*, 38 (167), Lisboa, ICS: 443-465.

- MAIR, P. (1997), *Party System Change: Approaches and Interpretations*, Oxford: Clarendon Press.
- MAIR, P. (2000), “Os partidos políticos e a democracia”, *Análise Social*, 38 (167), Lisboa, ICS: 277-293.
- McCOMBS, M. e SHAW, D.L. (1972), “The Agenda-Setting Function of Mass Media”, *Public Opinion Quarterly*, 36(2), Oxford, University Press: 176-187.
- McGINNIS, J. (1969), *The Selling of The President*, New York: Trident Press.
- MESQUITA, M. (1993) “Os Meios de Comunicação Social”, in Reis, A. (coord.). *Portugal 20 anos de Democracia*, Lisboa: Círculo dos Leitores: 360-396.
- NORRIS, P. (2002), *A virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*, Cambridge: University Press.
- PASQUINO, G. (2004), “Crise” in BOBBIO, N., MATTEUCI, N. e PASQUINO, G. *Dicionário de Política*, Brasília: UNB:303-306.
- PATTERSON, T. E. (1994), *Out of Order*, New York: First Vintage.
- PATTERSON, T.E. (2003) “Tendências do Jornalismo Contemporâneo: Estarão as notícias leves e o jornalismo crítico a enfraquecer a Democracia?” *Media & Jornalismo*, 2, Lisboa: CIMJ: 19-47.
- PU-TSUNG KING (1997), “The Press, Candidate images, and Voter Perceptions”, in McCOMBS, M., SHAW, D. e WEAVER, D. (1997), *Communication and Democracy*, London: Lawrence Erlbaum Associates: 29-40.
- RABOY, M. e DAGENAIS, B. (1992), *Media, Crisis and Democracy*, London: Sage.
- RABOY, M. e DAGENAIS, B. (1992), “Media and the Politics of Crisis”, in RABOY, M. e DAGENAIS, B. (1992), *Media, Crisis and Democracy*, London: SagMedia, *Crisis and Democracy*. London: Sage: 1-15.

- REIS, A. e NUNES, J.M. (1993) “Breve síntese sobre a evolução dos Media no período de 87-94” in REIS, A. (coord.), *Portugal 20 anos de Democracia*, Lisboa: Círculo dos Leitores: 396-405.
- SEMETKO *et al.* (1991), *The Formation of Campaigns Agendas*, Nova York: Lawrence Erlbaum.
- SILVA, A.C. (2004), *Autobiografia Política I*, Lisboa: Temas e Debates.
- SILVA, A.C. (2004b), *Autobiografia Política II*, Lisboa: Temas e Debates.
- SILVA, E.C. e (2004), *Os donos da notícia: concentração da propriedade dos Media em Portugal*. Porto: Porto Editora.
- SERRANO, E. (2002), *As Presidências Abertas de Mário Soares*, Coimbra: Minerva.
- SERRANO, E. (2006), *Para um Estudo do Jornalismo em Portugal (1976-2001): padrões jornalísticos na cobertura de eleições presidenciais*, Dissertação de Doutoramento em Sociologia apresentada ao Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa.
- SPARKS, C. e TULLOCH, J. (Ed.) (2000), *Tabloid Tales: Global Debates over Media Standards*, New York: Rowman & Littlefield Publishers.
- SWANSON, D. (1995), “El Campo de Comunicación Política. La Democracia Centrada en Los Media”, in MUÑOZ-ALONSO, A. e ROSPIR, J.I. *Comunicación Política*, Madrid, Editorial Universitas: 3-24.
- WEAVER, D. (1996), “Media Agenda-Setting and Elections: 1970s-1990s” in PALETZ, D. *Political Communication Research: Approaches, Studies, Assessments*. 2, Norwood: Ablex Publishing Corporation: 211- 224.
- WEAVER *et al.* (1981), *Media Agenda-Setting in a Presidential Election: Issues, Images and Interest*, New York: Praeger.

WILKE, J.W. e REINEMANN, C. (2001), “Do the Candidate Matter? Long-Term Trends of Campaign Coverage- A Study of the German Press since 1949”, *European Journal of Communication*, 16 (3), London, Sage: 291-314.