

Como Se Mobiliza a SIC Durante as Eleições Autárquicas de Lisboa?



**Relatório de estágio de Mestrado em Ciências da
Comunicação: Estudos dos media e jornalismo**

Catarina Sanches Guerra

Março 2018

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação: Estudos dos Media e Jornalismo, realizado sob a orientação científica de

CARLA BAPTISTA

(Versão corrigida e melhorada após defesa pública)

“Politics could be described as mediated whenever the mass media are the main channels through which the politics is communicated and when, as a consequence, the depictions of reality that are conveyed through the mass media presumably have an impact on how people perceive reality”
(Strömbäck and Kaid, 2008)

Agradecimientos

À professora e orientadora de estágio Carla Baptista pelas propostas indicadas durante a pesquisa e escrita do relatório.

Aos jornalistas e diretores da SIC que me proporcionaram esta oportunidade de estágio.

E à minha família e amigos que me apoiaram durante estes meses de estágio e de trabalho.

Resumo

Este trabalho é um relatório de um estágio de seis meses na SIC e que está dividido em duas partes. Na primeira parte encontra-se a história da estação

de televisão SIC e uma análise crítica do estágio. A segunda parte é um estudo feito sobre a cobertura das autárquicas de Lisboa de 2017 por parte da SIC.

O estudo foi dividido em quatro partes. A parte da metodologia de trabalho que consiste em várias teorias do jornalismo, da televisão e da política, trazendo também para o debate a lei da cobertura jornalística de eleições. Esta etapa do trabalho vai ajudar a fazer um melhor estudo dos três acontecimentos escolhidos para análise. Esses três acontecimentos são: o debate televisivo na SIC com os cinco candidatos principais à presidência da Câmara Municipal de Lisboa; as peças transmitidas pela SIC nos telejornais, com um foco especial no Primeiro Jornal e no Jornal da Noite; e a cobertura da noite de eleições.

É um trabalho baseado em teorias e numa observação participante durante as duas semanas de campanha eleitoral em Lisboa. Ou seja, foi observado o trabalho feito pela equipa da SIC durante essas semanas.

Palavras-chave: Televisão, Media, Política, Eleições, Debates Políticos, SIC

Abstract

This paper is a report of an internship of six months at the Portuguese TV station SIC. The report is divided into two parts. The first one is the history of the TV station where the internship took place and a critical analysis of the

time, the experience and the work done at SIC. The second part consists on a study of the work done by the TV station during the local elections of 2017 in Lisbon.

The study was divided into four sections. The first one is the work methodology, which are the theories of journalism, television and politics during the study. In this section you can also find the law of journalistic coverage during elections. This will help the study of the three events that have been chosen to be analysed. The three events are: the television debate at SIC with the main five candidates to the city council, the TV packages done by SIC during the news; focusing more on the Primeiro Jornal and the Jornal da Noite; and the coverage of the election night.

It is a paper based on theories and a participant observation during the two weeks of election campaign in Lisbon. This means that the work done by the SIC journalistic team observed and analysed.

Key words: Television, Media, Politics, Elections, Political Debates, SIC

Glossário

SIC – Sociedade Independente de Comunicação

TH – Declaração de alguém

OFF – O pivot lê a notícia enquanto as imagens passam na televisão

PSD – Partido Social Democrata

PS – Partido Socialista

BE – Bloco de Esquerda

PCP – Partido Comunista Português

CDS-PP – Partido do Centro Democrático Social-Partido Popular

CDU – Coligação Democrática Unitária (PCP e PEV)

PEV – Partido Ecologista “Os Verdes”

PJ – Primeiro Jornal (Telejornal da uma da tarde)

JN – Jornal da Noite (Telejornal das oito da noite)

CNE – Comissão Nacional de Eleições

ÍNDICE

INTRODUÇÃO.....	2
A SIC (SOCIEDADE INDEPENDENTE DE COMUNICAÇÃO).....	4
ANÁLISE CRÍTICA DO ESTÁGIO NA SIC	6
METODOLOGIAS DE TRABALHO.....	12
A COMUNICAÇÃO E JORNALISMO.....	14
AS CAMPANHAS ELEITORAIS.....	15
O SISTEMA POLÍTICO.....	16
<i>O que é o agenda-setting?</i>	17
<i>Como funciona o sistema político?</i>	19
O DEBATE POLÍTICO NA SIC	22
AS PEÇAS SOBRE AS AUTÁRQUICAS EM LISBOA.....	32
‘ESPECIAL ELEIÇÕES’	40
CONCLUSÃO	44
BIBLIOGRAFIA.....	I
ANEXOS.....	IV
LEI DA COBERTURA JORNALISTA DE ELEIÇÕES.....	IV
ENTREVISTA RODRIGO GUEDES DE CARVALHO SOBRE O DEBATE LISBOA.....	VII
PEÇAS ESCRITAS DURANTE O ESTÁGIO NA SIC.....	XI

Introdução

Os estudos de eleições e da comunicação política aumentaram no final da Segunda Guerra Mundial isto porque, entre muitas outras razões, as eleições dão a oportunidade de estudar os novos métodos de comunicação por parte dos candidatos e como utilizam os novos formatos dos media, tal como debates e diretos. Segundo Bennett, a comunicação política tornou-se mediática, devido ao seu grande aparecimento nos órgãos de comunicação para transmitir a sua mensagem.

“On the most general level the concept of mediated politics is often used to denote a situation in which the mass media constitute the main channel for political information for most people. In such a situation, not only do people depend upon the mass media for information; political parties and candidates, as well as all other actors with a need to reach out to people, also depend upon the mass media.” (Strömbäck & Kaid, 2008).

Este relatório vai estudar a cobertura por parte da SIC das autárquicas em Lisboa, com um especial foco no debate eleitoral de dia 30 de Agosto transmitido em direto na SIC e na SIC Notícias, nas peças produzidas durante as duas semanas de campanha eleitoral (18 de Setembro a 29 de Setembro) e o ‘Especial Eleições’, no próprio dia de eleições.

Os portugueses foram às urnas no dia 1 de Outubro de 2017 para votarem nas autárquicas. O estudo deste relatório vai focar a cobertura pela estação de televisão SIC (Sociedade Independente de Comunicação) das autárquicas em Lisboa. O relatório vai ter um carácter empírico e prático uma vez que vai usar teorias de autores como Susana Salgado, Rita Figueiras, William L. Benoit e Estrela Serrano para analisar o trabalho jornalístico da SIC durante as duas semanas de campanha em Lisboa.

Os media são considerados por muitos autores como o quarto poder de uma sociedade uma vez que a informação que os cidadãos de um país recebem é, na sua maioria, através dos órgãos de comunicação. Estes controlam,

portanto, grande parte da informação que chega ou não ao público. A televisão é o meio de comunicação mais utilizado pelos portugueses devido à sua facilidade de utilização e ao facto da grande maioria das famílias terem uma televisão em casa.

A televisão vê a sua audiência crescer durante as eleições políticas uma vez que os cidadãos utilizam a mesma para receber as notícias das campanhas eleitorais. Os próprios políticos sabem deste fenómeno e tendem a ter um cuidado mais elevado durante as semanas de campanha pois têm os jornalistas sempre atrás deles e são os jornalistas que decidem que parte da informação é que vão transmitir aos telespetadores.

Nestas alturas os jornalistas são os que têm o controlo sobre o que os eleitores ficam a saber, noção que todos têm. O jornalista tende a divulgar a informação que lhes vai proporcionar uma maior audiência porque apesar de haver a competição entre os candidatos políticos e/ou os partidos políticos (dependendo das eleições) durante as campanhas, os jornalistas de cada órgão de comunicação também estão em 'luta' para conseguirem a maior audiência. O drama e o conflito entre os candidatos é o que os jornalistas mais procuram uma vez que é isso que vai fazer com que o público veja as notícias.

“A democracia trouxe à política a necessidade de fazer circular as mensagens através de canais que cheguem a um grande número de cidadãos e, conseqüentemente, fez com que a política adaptasse a sua própria linguagem não só para poder circular nestes novos canais, como a rádio e a televisão, mas igualmente para ser percebida por mais eleitores.” (Salgado, 2007).

A SIC (Sociedade Independente de Comunicação)

A SIC foi a primeira estação de televisão privada em Portugal liderada por Francisco Pinto Balsemão que também fundou o jornal Expresso. A primeira emissão foi a 6 de Outubro de 1992, tendo celebrado os seus 25 anos no ano passado. A SIC faz parte do maior grupo de comunicação social português, Impresa. A estação conta, neste momento, com 8 canais diferentes. Tem dois estúdios principais, o estúdio A onde são filmados o Primeiro Jornal e o Jornal da Noite e o estúdio B onde é filmado os jornais e programas da SIC Notícias. A maior sala da SIC é a redação que se encontra atrás do estúdio A.

A redação é a “central noticiosa da SIC”. É o local onde se encontram as diferentes áreas da estação de televisão: o Primeiro Jornal, o Jornal da Noite, a Agenda, a *Newsdesk*, o *Online*, a Central News, a Cultura, a Política, o Desporto, a Sociedade, a Economia, o Internacional, a SIC Notícias, os Repórteres de Imagem, a Edição de Imagem e os Realizadores de Informação. O Diretor de Informação da SIC é Ricardo Costa, o Diretor-Adjunto de Informação é José Gomes Ferreira e os Subdiretores de Informação são Bernardo Ferrão e Pedro Cruz. A Diretora Executiva de Conteúdos da SIC é a apresentadora Júlia Pinheiro (apresentadora do programa Queridas Manhãs) e o Subdiretor de Novos Formatos é o jornalista Daniel Oliveira (jornalista do programa Alta Definição).

Em 1995, a SIC teve, pela primeira vez, uma audiência maior que a RTP. A 17 de Setembro de 1997 a SIC Internacional começou as suas emissões e tem como objetivo chegar a todos os portugueses e a todos os países com o português como língua oficial. Hoje em dia a SIC Internacional é visto no Luxemburgo, Suíça, França, na Bélgica, Estudos Unidos da América, Canadá, Angola, Moçambique, África do Sul, Brasil, Austrália e Reino Unido. Com um montante de 6,5 milhões de telespetadores. A SIC Internacional contem os programas de informação, de entretenimento e de ficção. Em 2017 ainda apareceu a SIC Internacional África para chegar aos portugueses que

se encontram no continente africano, chegou com o objetivo de ‘ajudar’ a SIC Internacional a ir mais longe.

Às sete da manhã de 8 de Janeiro de 2001 a SIC acrescentou mais um canal, a SIC Notícias. O canal conta com os vários jornais ao longo do dia, incluindo o Primeiro Jornal às 13 horas e o Jornal da Noite às 20 horas transmitido também no canal SIC e os programas de opinião pública. O estúdio da SIC Notícias está sempre em funcionamento e por isso não pode ser visitado.

Para que os programas e jornais funcionem, os estúdios têm em ligação as Régies (duas no total). “As Régies são o centro de controlo dos estúdios onde estão todos os equipamentos para fazer a emissão dos jornais, edições e programas de informação.” (SIC¹). Os responsáveis por esta secção da SIC são os Realizadores de Informação.

Em 2003 a SIC inaugurou mais um canal, a SIC Mulher, o primeiro canal temático da estação de televisão. Em 2009 apareceu o primeiro canal para as crianças a SIC Kids. Em 2017, a SIC festejou os seus 25 anos de emissão e de trabalho, a celebração foi feita com vários programas e festas por todo o país a celebrar o aniversário

¹ Citação retirada de quadros escritos à frente das diferentes salas da SIC

Análise crítica do estágio na SIC

A SIC (Sociedade Independente de Comunicação) foi o primeiro canal de televisão privado em Portugal e por isso tem uma história em termos jornalísticos da qual podemos aprender bastante. Neste âmbito um estágio de seis meses na SIC é uma ótima oportunidade para qualquer aspirante a jornalista, razão pela qual aceitei o desafio. Um estágio que proporciona um grande leque de aprendizagem no meio profissional seja pelos sucessos ou pelos erros cometidos. É um estágio que para o bem ou para o mal mostra ao estagiário o que é o jornalismo no mundo real depois de quatro anos de faculdade; uma realidade que por vezes não corresponde à imagem que fomos fazendo durante as aulas e os trabalhos universitários.

Em termos pessoais, a minha experiência na SIC não foi nada do que esperava. Depois de ter estagiado numa rádio no Reino Unido e numa rádio no Luxemburgo pensava já ter uma pequena noção de como ia ser trabalhar na área no entanto, fui apanhada completamente de surpresa com o que me deparei na SIC. Estava habituada a um jornalismo factual e direto uma vez que foi o que aprendi na Inglaterra mas na SIC o que me pediam era para dar emoção às minhas peças porque só assim é que as pessoas iam querer ver a minha notícia. Por não pôr essa emoção nos meus trabalhos fui chamada à atenção várias vezes porque estava a ser 'fria' nas minhas peças.

Quando recebi a proposta para estagiar na SIC candidatei-me logo ao lugar porque li a descrição do estágio e identifiquei-me de imediato com trabalho que lá ia fazer. Após uma entrevista de quase uma hora e duas semanas de espera, obtive uma resposta positiva. No dia 12 de Junho estava pronta para começar a trabalhar mas o entusiasmo do primeiro dia desvaneceu ao fim das duas primeiras semanas. Sem explicação nenhuma deixaram-me na secção da Agenda. O que é a Agenda? A Agenda é a secção que recebe a informação através dos assessores e privados de eventos que se vão realizar pelo país para depois os jornalistas serem enviados para o local. Os

estagiários ou começam na agenda ou no programa de opinião pública ou no online.

Uma vez que fui para agenda é dessa experiencia que vou falar no início desta análise crítica. Factos são factos e não há como argumentar contra eles e o facto é que a agenda foi a parte mais organizada e onde melhor me senti durante os seis meses de estágio. Há sempre dois estagiários na Agenda e há dois horários, o das 9 horas às 17 e o do meio dia às 20 que na maior parte das vezes se prolonga até às 21 horas. Estes horários são os estagiários que falam entre si e decidem qual preferem fazer, o que costuma acontecer é uma semana faz um o horário das nove às cinco e na semana seguinte trocam. A agenda é bastante simples mas basta um erro e cai tudo em cima dos que lá trabalham. O objetivo da agenda é fazer fichas com o maior detalhe possível sobre os eventos para facilitar a vida ao jornalista que vai cobrir esse evento. O trabalho de um estagiário na agenda é ver os e-mails a vermelho que recebemos na agenda e fazer uma ficha com a informação que lá está. Tem de ser incluído um nome e um contacto de alguém que tenha mais informações, onde vai ser, quando e a que horas, se vai alguém importante como por exemplo o Primeiro-ministro e o que é o acontecimento. A ficha é então inserida no dia em que decorre o evento e na secção correta, a agenda conta com nove secções diferentes: efemérides, *manifs* e afins, sociedade, parlamento, política, economia, cultura, desporto e Porto. Se por alguma razão não for possível completar a ficha, os estagiários entram em contacto com a pessoa responsável para obter essas informações, até a ficha estar completa tem de ser introduzido um (C) para que todos consigam saber que a ficha está por completar. O mesmo acontece se houver uma informação muito importante como a necessidade de pedir acreditação, insere-se um cardinal.

Os estagiários estão igualmente encarregues de atender o telefone porque muitas vezes as pessoas telefonam para fazer uma denuncia e é o trabalho do estagiário ouvir e perceber se a denuncia é relevante para prosseguir com uma notícia ou se fica por ali. Para além disso os estagiários ainda têm de estar atentos para ver quando é que o e-mail com a agenda da Lusa chega.

A Lusa chega duas vezes por dia, a primeira é por volta das 15 horas e a segunda é por volta das 20 horas. Às quartas-feiras chega à 20 horas a Lusa semanal ou se for no final do mês chega a Lusa mensal. Às sextas-feiras chegas às 20 horas a Lusa de fim de semana. Dessas agendas, os estagiários têm de fazer mais fichas ou completar as que já estão inseridas no programa e com as agendas das 20 horas que na maior parte das vezes chegam às 20h30, os estagiários têm de ficar até estar tudo feito. As únicas que se pode deixar por fazer é a semanal e a mensal, desde que os primeiros dias estejam inseridos na agenda. Nesta área da SIC muitos dos estagiários perdem a motivação porque não consideram a agenda como trabalho de jornalista. No início também senti o mesmo mas com o passar dos meses percebi que a agenda é uma área muito importante na SIC e que na realidade foi dos lugares onde mais aprendi uma vez que me ensinaram como fazer o trabalho do jornalista antes de sair da redação. Em suma a Agenda “é uma espécie de menu noticioso do dia a partir do qual são escolhidas as reportagens que se irão realizar ao longo do dia.” (SIC).

Após dois meses na agenda da SIC fui para o Jornal da Noite (JN). Na altura estava finalmente feliz porque pensava que ia fazer o que queria, ou seja, sair da redação e ir fazer peças. Estava novamente motivada. No primeiro dia fui acompanhar um jornalista a uma conferencia no estádio de futebol do Sporting. No entanto, depois desse dia, fiquei quase dois meses sem fazer nada. O JN tinha na altura três estagiários, começávamos ao meio dia e o coordenador não estava na redação, normalmente só o víamos depois da reunião das 15 horas que durava cerca de uma hora. Até às 16 horas ficávamos no computador a tentar encontrar algo que nos deixassem fazer o que nunca acontecia e a falar uns com os outros. Quando finalmente conseguíamos falar com o coordenador, este dizia-nos que não tinha nada para nós fazermos, as sugestões que dávamos era sempre recusadas e às 16 horas mandavam-nos para casa quando o nosso horário de trabalho era até às 20 horas. Esta situação desmotiva qualquer pessoa e foram quase dois meses que estive nesta situação.

Quando fui para a editoria de política a situação mudou, inicialmente. Encontrei-me na política na altura das eleições autárquicas. Foram duas semanas de trabalho de assistente de jornalista mas estava no meio da ação, aprendia com os jornalistas que acompanhava e ajudava-os naquilo que precisassem. Fiz peças treino que depois mostrava ao jornalista que tinha acompanhado e o jornalista corrigia e dava a sua opinião assim como dicas para melhorar o meu trabalho, cortava THs, escrevia OFFs e fazia alguma edição de imagem. Estava motivada outra vez. Estava a aprender, estava a juntar informação para o meu trabalho e estava no meio que tinha escolhido, na área (jornalismo político) que quero seguir no meu futuro. No dia de eleições estive na sede do CDS a noite toda com a jornalista da SIC, a jornalista ia-me explicando o que estava a fazer e porquê, eu ajudava-a quando ela precisava, tirava as minhas dúvidas com ela e apesar de ser domingo não me senti incomodada por estar a trabalhar uma vez que gostava do que estava a fazer. Depois desse dia e até ao final do estágio, esse bem estar que sentia e a motivação que tinha voltado descambou por completo. Voltaram a não me dar trabalho, o que me davam para fazer era só para me manterem ocupada sem me terem constantemente a perguntar o que podia fazer para ajudar. Acabei por ir falar com os recursos humanos para saber se era possível fazer alguma coisa para mudar a situação, no entanto, para mim já era tarde mas espero que tenham ouvido e mudado o funcionamento do estágio que propõem.

Para além destas três secções da SIC por quais passei, os estagiários são todos obrigados a fazer pelo menos três madrugadas. As madrugadas são bastante simples. Trabalhamos da meia noite às seis da manhã. As funções do estagiário neste horário são: ouvir a TSF de hora a hora e perceber se há notícias de última hora; ver os *takes* da Lusa e das agências internacionais (Reuteurs, France Press, APTN) e ligar pelo menos duas vezes por madrugada ao COMETLIS (polícia municipal de Lisboa), à Guarda Nacional Republicana e aos Sapadores para perguntar se há ocorrências dignas de registo.

Os estagiários recebem um telemóvel para que todas as chamadas que chegam à SIC possam ser reencaminhadas e chegar ao estagiário. O telemóvel funciona como as chamadas que chegam à agenda. Se alguém ligar para contar uma ocorrência deve-se perceber se a história tem ou não relevância jornalística e ficar sempre com o contacto da pessoa. No final da noite a informação é passada para os responsáveis da edição da manhã. Todas as notícias que chegam pelos *feeds* devem ser averiguadas e analisadas. Caso tenham interesse para a edição da manhã o estagiário deve escrever um OFF para depois apresentar ao coordenador da edição da manhã.

Se houver uma notícia de rádio de última hora, algo que pareça relevante deve-se primeiro confirmar a notícia; discutir a situação com o repórter de imagem que está de serviço e perceber se a equipa se deve deslocar ao local (exemplos: acidente grave numa estrada; ameaça bomba no aeroporto; homem encontrado morto e incêndio). Caso se verifique necessidade de ir ao local é o estagiário que recolhe os depoimentos e as entrevistas de quem lhe pareça pertinente. Em casos extremos como a morte de figura pública ou um atentado, deve-se confirmar a notícia, contactar o repórter de imagem e um coordenador, tem de se avisar também quem está com os oráculos e pedir para passar em rodapé. Caso se trate de uma situação no Porto deve-se ligar para a redação do Porto e contar detalhadamente a situação, bem como dar o contacto da pessoa que ligou ou informar de onde foi retirada a informação. No fim da madrugada, toda a informação que se considere relevante é enviada para o coordenador da manhã.

As madrugadas são geralmente bastante calmas, no entanto, tive algumas situações onde passei a madrugada toda fora da redação como por exemplo: depois da notícia do descongelamento das carreiras os sindicatos dos professores reuniram-se diversas vezes com o governo, uma das vezes, estava de madrugada e eles estavam em reunião desde as 17 horas e só saíram por volta das cinco e meia da manhã, depois de recolhidos os depoimentos dos sindicatos é que foi possível voltar à redação eram seis e 15 quando chegámos e ainda tivemos de inserir as imagens no programa e

passar a informação recolhida ao coordenador da manhã. Como referido acima, o estagiário é quem escreve a notícia nestes casos mas como já passava das seis da manhã e o táxi (que é a SIC que paga) estava no parque de estacionamento à espera e já a contar para pagar, o coordenador mandou-me para casa sem escrever a peça.

Para concluir, apesar de não ter corrido como esperava, foi um estágio onde aprendi a usar novos programas, ganhei confiança nas saídas em trabalho e a entrevistar pessoas, melhorei as minhas capacidades de edição de imagem e som e as escrever para televisão. Os seis meses na SIC também me abriu os olhos para a realidade e mostrou-me que não me identifico com o jornalismo da estação, que a meu ver é um jornalismo baseado no sensacionalismo e na obtenção de uma maior audiência. “Nos media, onde há um ambiente de elevada concorrência e um crescente fluxo de informação, estão a produzir um jornalismo cada vez mais pobre e indivíduos cada vez mais mal informados.” (Figueiras, 2012).

Metodologias de Trabalho

O estudo deste relatório de estágio tem como base estudos e teorias semelhantes recentemente publicados. Foram escolhidos três temas para um estudo mais detalhado, o primeiro é o debate político transmitido em direto pela SIC com os cinco candidatos principais à presidência da Câmara Municipal de Lisboa (PS, PSD, CDS-PP, BE, CDU), foi analisado a importância que um debate televisivo na altura de eleições tem para os candidatos e o impacto/influência nos cidadãos e no voto dos mesmos, foi também analisado os assuntos abordados no debate e o tempo dedicado a cada um deles.

O segundo tema a ser estudado é as peças feitas pela SIC no Primeiro Jornal e no Jornal da Noite. Foram analisados os temas, as pessoas que discursam nas peças, a duração das peças, se foi um direto, um TH, um OFF ou um peça. Inclui também uma análise dos jornalistas mais 'utilizados' para acompanhar as campanhas eleitorais em Lisboa. O terceiro tema deste estudo é o dia das eleições e como a SIC esteve a cobrir este dia. Quantos diretos foram feitos, o tempo dedicado a cada um dos candidatos de Lisboa e os comentadores envolvidos.

De certa forma, para melhor se fazer o estudo da cobertura das autárquicas em Lisboa por parte da SIC, tem de se recorrer a alguma literatura, estudos já publicados, a lei da cobertura jornalística das eleições autárquicas e definições gerais, como: o que é o jornalismo? O que é e como funciona o sistema político? O que são campanhas eleitorais e em que consistem? Estas perguntas mais detalhadas vão facilitar a procura das respostas para as questões reais do trabalho. Como se movimentou a SIC durante as autárquicas durante as campanhas eleitorais, com um especial foco em Lisboa. A SIC conseguiu manter a imparcialidade e equilíbrio no tempo de antena durante estas duas semanas? Quais os temas mais debatidos nas notícias transmitidas e no debate televisivo com os candidatos de Lisboa? Como é que o moderador do debate se prepara e se movimenta durante o

mesmo? Ou seja, as suas intervenções, as suas perguntas, as suas prioridades, a sua maneira de moderar. Como é que os candidatos se comportam durante o debate? Ver os ataques que fazem aos seus colegas de mesa, as vezes que se têm de defender, ver quem se defende mais e porquê. Como foi o dia de eleições na SIC? Houve algum programa em especial? Quanto tempo durou? Foram apenas discutidas as eleições no Jornal da Noite ou foram introduzidos outros temas? Qual o método de cobertura das eleições é que a SIC adotou? Fizeram algum programa para acompanhar as campanhas autárquicas ou ficaram pelas notícias nos telejornais? Houve alguma preparação em especial durante as duas semanas de campanha?

Para um levantamento de informação de forma mais eficaz, optei por sistematizar os dados em diversas tabelas que vão ser estudadas ao longo dos capítulos. O estudo foi depois feito de forma a conseguir responder às perguntas acima referidas.

Durante a cobertura de eleições, sejam elas quais forem, os jornalistas têm de ter em conta as leis da Comissão Nacional das Eleições. Referimos assim, de imediato, a lei da cobertura jornalística das eleições autárquicas². A lei estabelece o que se pode ou não fazer em termos jornalísticos durante o período eleitoral e a propaganda eleitoral através dos media. A lei aplica-se a todos os meios de comunicação privados ou públicos e a todas as eleições, presidenciais, legislativas, parlamentares e autárquicas durante o período pré-campanha eleitoral (desde a publicação do decreto que marca o dia de eleições e da data de início da campanha eleitoral) e ao período de campanha eleitoral. Durante o período eleitoral os meios de comunicação têm total liberdade editorial e de programação. No entanto, os media devem tentar estabelecer um equilíbrio e imparcialidade no tratamento de notícias, reportagens e debates dependendo da relevância editorial da notícia e com as “possibilidades efetivas de cobertura de cada órgão de comunicação” (CNE).

² Lei disponível nos anexos

A Comunicação e Jornalismo

“Comunicação é a ação pela qual algo passa do âmbito individual para o domínio coletivo, pensamos que qualquer processo de comunicação cumpre a dupla função informação e persuasão de tornar algo comum” (Sena, 2002).

Segundo Strömbäck e Kaid, não interessa se o media mais utilizado para comunicar seja a televisão, se é um serviço público ou privado, o que interessa é a comunicação entre os que querem transmitir a mensagem e o público.

O jornalismo, como todas as outras áreas, sofreu e continua a sofrer mudanças. Na segunda metade do século XX, os telejornais eram o ponto alto nas audiências das televisões o que levou a que as gerações desse tempo tivesse o hábito de adquirir informação a específicas horas do dia. Este hábito foi quebrado quando apareceram os canais de entretenimento, o facto de as pessoas se terem começado a sintonizar mais a esses programas, levou a que o jornalista mudasse a sua maneira de escrever notícias, trazendo assim um jornalismo mais comercial e apelativo, um jornalismo sensacionalista. “Um jornalismo orientado para o conflito e notícias leves. Neste jornalismo, o contexto e conteúdo dos assuntos públicos perderam relevância em benefício da negatividade, do interesse humano e das histórias sensacionalistas.” (Figueiras, 2012). Isto pôde também ser comprovado no estágio de seis meses feito na SIC, como referido no capítulo acima, o editor a pedir mais emoção na peça para atrair o público, “dando primazia, entre outros temas, à cultura pop e ao crime” (Figueiras, 2012).

O aparecimento da democracia trouxe a liberdade de imprensa para o país. Esta liberdade permitiu aos meios de comunicação assumirem as suas escolhas editoriais de seleção e tratamento das notícias, podendo assim, transmitir a mensagem política como acreditam ser de maior interesse público.

No exterior, o jornalismo pode parecer igual em todos os países, mas quando se faz um estudo um pouco mais aprofundado, percebe-se que há alguma diferença dependendo da motivação de trabalho de cada país. *“Partly these differences can be related to the different models of media and politics and to different levels of journalistic professionalism (Hallin & Mancini, 2004).”* (Strömbäck & Kaid, 2008). No entanto, em Portugal, como todos os jornalistas aplicam mais ou menos as mesmas regras de seleção do que é notícia e o que é de interesse público, as agendas de cada meio de comunicação encontram-se com um certo consenso.

As Campanhas Eleitorais

As campanhas eleitorais consistem, num modo geral e simplificado, de todas as atividades que decorrem num certo período de tempo anterior ao dia de eleições, “em que o candidato utiliza uma panóplia de eventos para vincar a sua posição, perante os seus adversários, tais como os comícios, os outdoors ou a publicidade e os debates televisivos.” (Costa da Silva, 2013).

Durante este processo, os candidatos têm como objetivo obter a confiança do público através de vários mecanismos que consigam chamar a atenção do maior número de eleitores, sempre com o principal objetivo em mente, obter os votos necessários para uma eventual vitória nas eleições. “As campanhas podem ser entendidas como esforços organizados para mobilizar através da persuasão e informação.” (Salgado, 2007).

Segundo Susana Salgado, as campanhas eleitorais comportam quatro elementos diferentes:

- “Ambiente contextual: regulações legais e estrutura dos mass media;
- Os objetivos estratégicos que os organizadores da campanha procuram comunicar;
- Os canais de comunicação diretos e/ou mediados utilizados para passar as mensagens dos organizadores de campanha;
- O impacto das mensagens na audiência-alvo.” (Salgado, 2007)

Durante o período de campanha eleitoral, o público entra em contacto com as diversas mensagens transmitidas pelos meios de comunicação e por isso os candidatos planeiam e estabelecem os seus objetivos com a sua equipa de campanha de forma a obterem um maior número de votos, melhorando assim a sua posição em relação às últimas eleições ou mesmo vencer as eleições.

Salgado divide os objetivos mais utilizados por parte dos candidatos em três:

1. “Difusão de ideias do candidato ou do partido, que acontece com maior probabilidade se o partido não tiver hipóteses de ganhar as eleições nem de obter um bom resultado. Neste caso, o partido e/ou o candidato podem utilizar a campanha com outros objetivos, aumentar a sua popularidade, melhorar a sua imagem, bem como promover e difundir as suas ideias.
2. Um outro tipo de objetivo é a obtenção de um bom resultado. Um bom resultado é normalmente uma boa votação, maior do que a obtida nas eleições anteriores, o que dará ao partido maior influência política.
3. Por fim, vencer as eleições.” (Salgado, 2007).

Para além dos eleitores poderem ficar a saber e a perceber o que cada candidato pretende fazer se ganhar, através dos media. Os candidatos também podem ficar a saber, através dos meios de comunicação, o que os eleitores pretendem deles durante o mandato, recebem um feedback. Este fenómeno acontece sempre, não só durante o período eleitoral, isto é como funciona o sistema político.

O Sistema Político

Em geral, a política e o governo dependem dos media uma vez que estes estão incluídos no sistema político. Neste capítulo vai ser estudado este sistema para uma melhor compreensão da importância dos media na vida política. O conceito de sistema político foi pela primeira vez desenvolvido nos anos 50 por Harold Lasswell. O autor estruturou este sistema em sete secções que se interligam de forma cíclica: a inteligência, a promoção, a prescrição, a inovação, a implementação, a terminação e a avaliação (onde

se encontram os media). No entanto, segundo Jann e Wegrich, esta descrição do sistema político de Lasswell foi bastante criticada, principalmente o facto de a parte de a avaliação estar posicionada depois da terminação. Para melhorar a estrutura criada por Lasswell, foi desenvolvida uma nova forma de olhar para o sistema político. Hoje em dia segue-se o esquema cíclico que começa no *agenda-setting*, passa para a formulação da política pública, continuando para a implementação e acabando na avaliação da política pública.

O que é o *agenda-setting*?

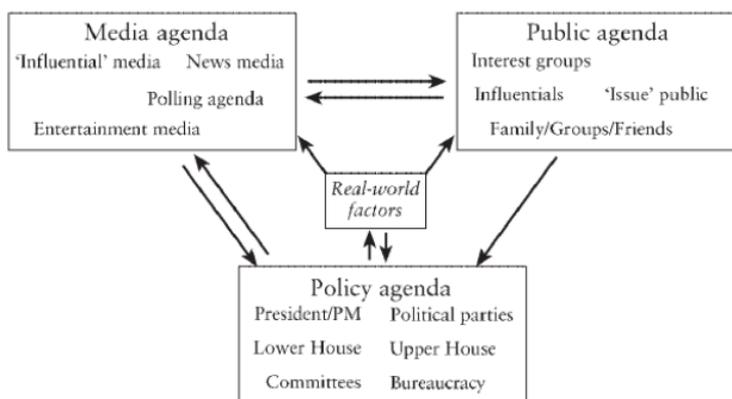
“O conceito de *agenda-setting*, introduzido pelos comunicólogos norte-americanos Maxwell McCombs e Donald Lewis Shaw, em 1972, avança a hipótese de que a influência (efeito) que os media têm sobre a opinião pública consiste em impor assuntos de preocupação, os temas de importância da atualidade, e não a maneira de como pensar sobre esses assuntos.” (Salgado, 2007).

De uma forma geral e simplista, a agenda é “a lista de assuntos ou problemas aos quais o governo vai tentar encontrar soluções” (Kingdon, 1995). Segundo Jann e Wegrich, o *agenda-setting* é a escolha entre diversos problemas. Por outras palavras, é colocar um ou mais problemas na agenda política que vai obrigar à implementação de uma política pública que resolve esse problema. Thomas Birkland afirma que o *agenda-setting* é o processo pelo qual os problemas ganham ou perdem atenção. “Agendas existem nos diferentes níveis do governo. Cada secção do governo tem a sua própria agenda com uma série de problemas que estão para ser discutidos e resolvidos” (Birkland, 2007). Nas campanhas eleitorais, os candidatos criam igualmente a sua agenda, ou seja, os problemas e possíveis resoluções que vão inserir no seu discurso político.

Stuart Soroka afirma haver três agendas diferentes. diversas agendas. Como podemos ver no esquema de Soroka, representado na imagem 1, o autor considera que as agendas são: agenda dos media, agenda pública e a

agenda política. As setas são as comunicações entre as agendas. Cada agenda trata de assuntos relacionados com o seu conceito e depois vão interligar-se umas com as outras com o objectivo de saber quais os problemas mais urgentes e que devem ser resolvidos. Para Soroka, a agenda pública interage com a agenda política mas o contrário não acontece pois o autor não acredita que o governo comunique diretamente com o povo mas fá-lo sempre através dos media. No entanto, este modelo começa a sofrer algumas mudanças porque o governo começa a falar diretamente com a população. Por exemplo, o presidente Trump, que é quem mais está a revolucionar a maneira de comunicar com o povo ao mandar *tweets*, está em contato direto com as pessoas sem precisar dos media para passar a sua mensagem. Estas três agendas estão também interligadas durante as campanhas eleitorais, isto porque os candidatos vão ter na sua agenda os problemas que o público e os media diz serem importantes. No entanto, como referido acima, os candidatos durante as campanhas eleitorais têm a possibilidade de discursar diretamente com os votantes sem o intermedio do jornalista, seja com as arruadas, com os diretos nas redes sociais ou mesmo com os debates televisivos que apesar de terem um jornalista a moderar, a mensagem que passam é diretamente pela boca do político e não do jornalista. O *agenda-setting* é “um processo político no qual os *mass media* desempenham um papel crucial em permitir que problemas sociais se tornem conhecidos como questões públicas” (em Salgado, 2007, p. 21).

imagem 1

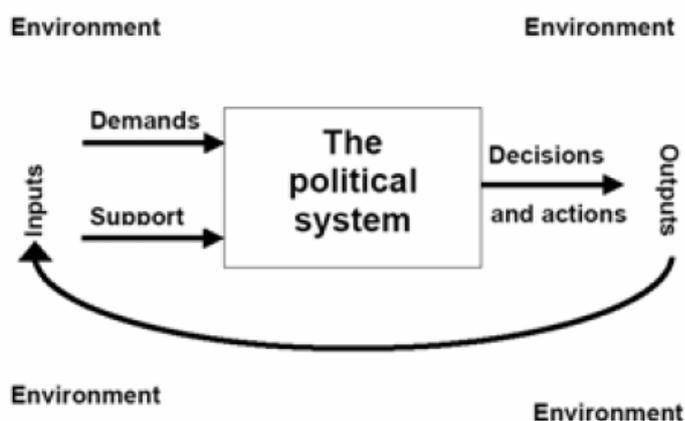


O agenda-setting da SIC segue os parâmetros de se a notícia é relevante para a sua audiência ou se está alguém de importância presente no evento. Muitas vezes a agenda recebe uma informação que acha ser relevante noticiar mas depois os chefes e os editores não vêm da mesma forma. A agenda na SIC é apenas o primeiro filtro de centenas de e-mails e telefonemas com eventos e denúncias que chegam à SIC. “Em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos.” (Salgado, 2007).

Como funciona o sistema político?

“Deutsch concebe o governo como um sistema de tomada de decisões assente num fluxo de informações várias em constante feedback. Este modelo, apreciado por permitir avaliar e quantificar a eficácia operacional dos diversos sistemas políticos, foi contudo, criticado por reduzir a política a uma técnica, mais ou menos eficaz, de informação e comunicação, e por deixar de fora outros fenómenos inerentes ao poder político.” (Salgado, 2007)

Vários autores já tentaram explicar o sistema político, uma vez que é neste sistema que se formulam as políticas públicas. Cada autor usou diferentes esquemas, uns mais simplificados, outros mais detalhados.

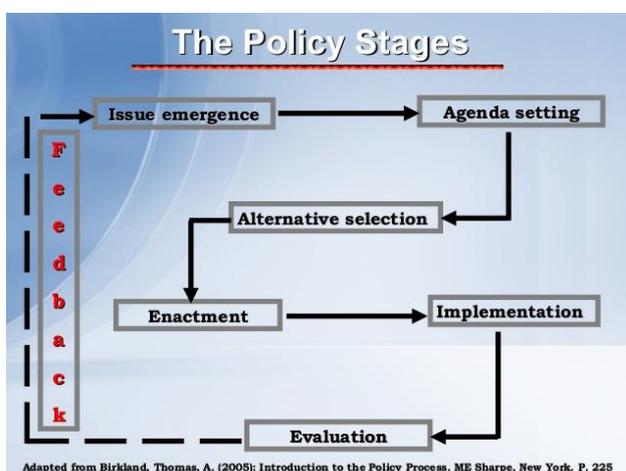


David Easton tentou explicar através de um esquema simplificado. O autor vê o sistema político como componentes interligados de forma cíclica. No esquema, abaixo apresentado, podemos ver como é que Easton explica o sistema político.

Tudo começa com um problema que vai então levar ao que o autor chama de *inputs*, estes podem ser divididos em dois tipos, os pedidos e os apoios,

normalmente estes inputs chegam ao governo através dos media, das redes sociais e do público. Estes *inputs* vão entrar no sistema político, que Easton não explora, e saem como *outputs*, ou seja, as decisões e ações tomadas (políticas públicas).

Estas vão ser postas à prova no ambiente que envolve o sistema político e vão aparecer novos *inputs* que reagem às políticas públicas. Esta reação é para Birkland, o feedback dos *outputs* e esse feedback chega também através dos media, redes sociais e público, se o feedback for positivo a política fica por ali mas se for negativo e ciclo recomeça.



Jean-François Savard, tentou explicar o que cada fase do sistema político. Savard começa a explicação já depois do surgimento de um problema. O *agenda-setting*, que segundo o autor é quando uma “condição social passa a ser reconhecida e considerada como tendo evoluído

para um problema público, sendo assim o foco de debate e controvérsia nos media e na política” (Savard, 2012). Uma vez a descoberta de um problema e a necessidade de o resolver, seguimos para a fase da formulação de uma política pública. Segundo Savard, a formulação envolve identificar e avaliar as possíveis soluções para o problema em causa, “quais os pros e contras, e decidir qual a solução que deve ser tomada e quais devem ser rejeitadas” (Howlett & Ramesh, 2003). Depois da política pública estar completa vem a implementação, que é pôr a política pública em prática. “Isto é quando a decisão é aceite pelo governo e é confrontada com a realidade” (Mégie, 2004). Uma vez a política pública implementada, esta vai ser alvo de avaliação que pode durar meses a anos até haver um feedback, recomeçando assim o esquema cíclico. Pode-se assim afirmar que o sistema político começa e acaba com a transmissão de um problema ou da resolução através dos meios de comunicação.

A política nos dias de hoje está bastante mediatizada. Isto significa que depende numa grande parte, dos media para poder transmitir a sua mensagem aos cidadãos do país. Segundo Strömbäck existem quatro níveis de mediatização:

“The first phase is fulfilled when the media represent the dominant source of information, and a second phase is reached when the media secure Independence from political institutions. It is generally agreed that most advanced Western democracies meet both of these criteria. Phase three, meanwhile, considers how far the content of political news is determined by media or political actors, and the final phase asks how far politics – both in terms of institutions and politicians – is driven by media influence.” (Cushion, Thomas & Ellis, 2014).

O debate político na SIC

“Following the notion of deliberative democracy, political decisions are legitimized when they are based on debate that permits the circulation of information, positions, arguments, and ideas, because then actors are oriented to mutual understanding. These political debates are the primary criteria on which citizens base their informed decisions and make public judgments about common preferences (Habermas, 1984).” (Burkart & Russmann, 2015).

As campanhas eleitorais são essenciais numa democracia e é algo já esperado pelo público que durante uma campanha existam debates entre os candidatos. Um debate político na televisão tem um maior impacto uma vez que a televisão é o meio de comunicação mais utilizado pelo eleitorado em tempo de eleições. “A televisão tem inerente a si o poder informativo e para a formação dos cidadãos por ser considerado o órgão de comunicação que consegue abranger um maior número de cidadãos, e por este motivo o debate televisivo é uma ferramenta relevante no mundo da comunicação política, principalmente em momentos eleitorais” (Costa da Silva, 2013). As autárquicas de 2017 não foram exceção, contando com o seu primeiro debate televisivo a 30 de Agosto com os candidatos à Câmara Municipal de Lisboa.

Os debates políticos são considerados por alguns autores como um dos eventos mais importantes de uma campanha eleitoral, *“debates attract the greatest media coverage of any single campaign event”* (McKinney & Carlin, 2004). A importância dos debates televisivos vem do facto destes terem o poder de influenciar o voto do público, *“the huge audiences for debates, both direct and indirect, means their potential to influence is substantial”* (Benoit, 2014). No entanto, segundo David Zarefsky, os debates políticos nem sempre atingem o seu potencial máximo no que diz respeito à discussão de problemas e às suas resoluções. Zarefsky afirma ainda que isto acontece porque os debates estão feitos para a televisão e a sua audiência e *“the confrontation with reporter-questioners adds dramatic conflict”*. Rodrigo

Guedes de Carvalho³ afirmou que o debate com os candidatos à presidência da Câmara Municipal de Lisboa também não atingiu o seu potencial máximo, “em relação aos conteúdos achei, o que acho sempre porque já estou nisto à muitos anos. Achei que foi tudo muito vago mas se calhar isso é a própria natureza da entrevista em televisão sobretudo num debate”.

O debate televisivo permite ao candidato transmitir a sua mensagem de uma forma mais clara e direta uma vez que não depende de um intermediário (o jornalista), permitindo também que desvalorize e contra argumente o que a oposição afirma, tentando desta forma manter os votos com que já conta, mudar o voto de alguns cidadãos que iam votar na oposição ou no mínimo mudar esse voto para um voto em branco. Segundo Sena, o debate televisivo durante as campanhas eleitorais é “um dos elementos que mais contribui para a passagem de um voto ideológico-partidário, para um voto mais personalizado”. No entanto, apesar de os candidatos estarem a tentar passar uma certa mensagem através do debate, nem todos os telespectadores vão entendê-la da mesma maneira, os telespectadores tendem a prestar mais atenção ao que o candidato do seu partido está a dizer do que os outros candidatos dizem.

Para o jornalista os debates políticos são importantes porque é um tema que envolve todo o país e assim consegue uma maior audiência. O debate televisivo é importante para os eleitores porque estes ficam com uma melhor ideia do que realmente cada um dos candidatos propõe na sua campanha e podem assim votar com uma maior clareza no candidato que preferem. Os debates políticos na televisão permitem aos telespectadores de verem os candidatos, ouvirem o que estes têm a dizer e como normalmente os candidatos discursam sobre os mesmos assuntos, o público pode ainda comparar as diferentes ideias dando-lhes assim uma a possibilidade de tomarem uma decisão mais confiante.

³ Entrevista a Rodrigo Guedes de Carvalho sobre o debate de 30 de Agosto de 2017

“Debates can change voters’ preferences for candidates’ issue stands. Debates can have an agenda-setting effect, increasing the perceived importance of the issues discussed in debates. Debates can alter perceptions of the candidates’ personality (e.g., honesty, compassion) although they have been shown to affect perceptions of the candidates’ competence (leadership ability). Debates can affect vote preference.” (Benoit, 2014).

O debate político na SIC foi o primeiro debate televisivo das eleições autárquicas. Contou com a presença dos cinco candidatos principais à presidência da Câmara Municipal de Lisboa. Teresa Leal Coelho do PSD, Assunção Cristas do CDS-PP, Ricardo Robles do BE, João Ferreira do CDU e Fernando Medina do PS. O debate teve lugar a 30 de Agosto de 2017, um mês antes das eleições. O debate teve uma duração de 90 minutos, a primeira parte foi em direto simultaneamente na SIC e na SIC Notícias no entanto, a segunda parte do debate foi apenas transmitida em direto da SIC Notícias. O jornalista moderador do debate foi Rodrigo Guedes de Carvalho.

Como todos os debates, este que está a ser estudado foi também preparado, quer por parte do jornalista quer pelos cinco candidatos presentes. Segundo uma entrevista feita a Rodrigo Guedes de Carvalho, na parte jornalística, o moderador vai ver quais os temas da atualidade, focando-se nos assuntos em que mais diversidade se encontra nas ideias dos candidatos de forma a suscitar a discussão entre os mesmos, em caso de dúvida ou da necessidade a algum tipo de ajuda, Rodrigo Guedes de Carvalho afirma ir falar com o editor de política e com Gabriela Neta, produtora de entrevistas mais longas. O objetivo do debate e o trabalho do moderador é que os candidatos expliquem o melhor possível as suas ideias aos telespectadores e que as defendam. Esta ideia é igualmente partilhada pela jornalista Clara de Sousa ao dizer numa entrevista que “o moderador deve deixar bem esclarecidas as posições dos candidatos (...) mesmo quando lhes é desconfortável” (Costa da Silva, 2013). O facto do debate ter um guião de perguntas definidas não significa que não possam surgir outras questões que sejam pertinentes a algo que os candidatos disseram.

“Moderar um debate é, eu levo umas 20 perguntas preparadas e depois tenho de estar atento ao que o debate me dá porque o debate pode trazer respostas que não estão na ‘ementa’ e que são surpreendentes e que até levam o assunto para outro lado, tenho obviamente que reagir a isso, portanto, às vezes, em cima das perguntas que levamos para o debate preparadas, eles próprios com as suas declarações sugerem-me ou dão-me a ideia de outras perguntas. Para além disso isso mostra que estou a fazer uma coisa que é suposto fazermos, que é estar a ouvir.” (Rodrigo Guedes de Carvalho⁴).

Rodrigo Guedes de Carvalho explicou como se preparou para este debate. Assim que soube que ia moderar o debate, o pivot da SIC começou de imediato a fazer a sua pesquisa. Viu entrevistas com os candidatos, estudou os programas de candidatura, “e a partir daí começo a ler, (..) à procura do estilo do candidato. Depois começo a cruzar aquilo que é importante quando se trata de quaisquer eleições, sobretudo numas autárquicas que é: quais são os grandes temas, ou seja, quais são os grandes temas de que eles normalmente falam ou que lhes são perguntados? Deparas-te logo com a questão dos transportes, da mobilidade, da habitação, há muitos turistas ou há poucos turistas. E a partir daí, escolhidos os temas, tento perceber quais são as diferenças no que eles defendem para poder arranjar pontos de atrito entre eles” (Rodrigo Guedes de Carvalho).

Por seu lado os candidatos também preparam o debate, estudam os adversários e as suas ideias, preparam possíveis respostas às perguntas feitas pelo moderador e argumentos que possam utilizar contra a oposição. “Toda a preparação prévia que um debate político tem que ter, do lado dos jornalistas ou moderadores, como por parte dos candidatos, poderá ser designado de preparação da encenação, em que o candidato político terá que ter estudado o seu opositor para saber onde irá poder atacar as ideias que sejam completamente opostas.” (Costa da Silva, 2013). Rodrigo Guedes de Carvalho⁵ chama esta encenação de um jogo.

⁴ Entrevista a Rodrigo Guedes de Carvalho sobre o debate de 30 de Agosto de 2017

⁵ Entrevista a Rodrigo Guedes de Carvalho sobre o debate de 30 de Agosto de 2017

“Há um jogo de forma onde eles jogam as suas cartadas, não é? Todos eles se preparam para virem mais ao ataque, serem mais incisivos, se acharem que é isso que o eleitorado pretende deles ou serem mais serenos e sorriem perante a maior das polémicas, sorriem que é para darem ao eleitorado a visão de que são muito calmos e muito ponderados. Eu já sei que eles vão fazer esse jogo. A mim interessa-me, quando vou fazer o debate, encontrar esses pontos a que eu me possa agarrar para os colocar em confronto.”

Os debates políticos podem ser considerados como sérios uma vez que são discutidos problemas do país como a habitação e os transportes na cidade. O moderador do debate diz que cada pivot tem um estilo diferente a lidar com os debates e que se fosse outro pivot a ter moderado o debate, o mais provável era este ter sido diferente. Rodrigo Guedes de Carvalho afirma que apesar de o debate ser um evento sério, não se deve ter medo de introduzir um pouco de bom humor.

“Não acho que o bom humor seja inimigo da seriedade e para além disso serve para introduzir ali um tom mais informal, um tom mais de conversa, que não seja tão sério mas sem deixar de dizer as coisas ou de continuarmos com os temas, isso é que é importante. Por outro lado, é também muito o meu estilo, se puseres lá outro pivot, o seu estilo não será esse. O meu estilo, ao longo dos anos tem sido esse.”

A tabela abaixo estuda o tempo total dedicado a cada tema do debate com os candidatos à presidência da Câmara Municipal de Lisboa. Para além da duração total, a tabela mostra também o tempo que cada candidato e o moderador dedicaram aos temas. Os tempos mostrados na tabela são aproximações uma vez que muitas vezes o moderador lançava um tema e dentro desse assunto, os candidatos traziam outros temas para a conversa.

Podemos ver pela tabela que os temas a que o debate dedicou mais tempo foi à habitação e ao turismo em Lisboa. Com um tempo de aproximadamente 28,15 minutos, a habitação foi o tema mais discutido pelos candidatos durante o debate. Sendo que o candidato que mais tempo dedicou a este tema foi Teresa Leal Coelho do PSD com cerca de 8 minutos a falar sobre o

assunto. A seguir foi Assunção Cristas do CDS e João Ferreira da CDU com 5,44 minutos e 5,43 minutos respetivamente. Ricardo Robles do BE dedicou cerca de 4 minutos ao tema de habitação e por ultimo Fernando Medina do PS com 3 minutos.

Temas do Debate	Economia	Habitação	Mobilidade/ Transporte Público	Turismo	Campanha Eleitoral
Duração Total	1,51 minutos	28,15 minutos	23,50 minutos	28 minutos	5,52 minutos
Fernando Medina	1,10 minutos	3 minutos	5,03 minutos	7,52 minutos	1,10 minutos
Assunção Cristas		5,44 minutos	5,37 minutos	3,59 minutos	1,30 minutos
Teresa Leal Coelho		8,36 minutos	5,02 minutos	3,32 minutos	1,29 minutos
Ricardo Robles		4,40 minutos	3,16 minutos	3,42 minutos	1,00 minutos
João Ferreira	41 segundos	5,43 minutos	2,50 minutos	7,38 minutos	1,22 minutos
Moderador		26 segundos	1,18 minutos	1,17 minutos	

Já no segundo tema mais discutido no debate, com um tempo de 28 minutos, Fernando Medina foi o que mais falou com cerca 7,52 minutos dedicados ao turismo, seguido por João Ferreira com 7,38 minutos a explorar o tema. Assunção Cristas, Ricardo Robles e Teresa Leal Coelho dedicaram 3,59 minutos, 3,42 minutos e 3,32 minutos, respetivamente, ao tema do turismo na cidade de Lisboa.

O terceiro tema mais discutido neste debate foi os transportes e a mobilidade na capital do país com cerca de 23,50 minutos. O candidato que mais tempo dedicou a este tema foi Assunção Cristas com 5,37 minutos. A seguir encontram-se Teresa Leal Coelho e Fernando Medina que falaram durante 3 minutos sobre os transportes e a mobilidade. Os candidatos que menos tempo dedicaram a este tema foram Ricardo Robles com 3,16 minutos e João Ferreira com 2,50 minutos.

O tema da economia apesar de aparecer como o menos discutido na tabela acima, foi um tema bastante presente no debate. Não houve tempo dedicado especificamente à economia mas a discussão desta esteve envolvida nos três temas acima referidos. Sempre que os candidatos debatiam sobre a habitação, o turismo e a mobilidade/transportes, não havia como fugir à parte financeira da cidade. Isto mostra que a economia de Lisboa foi bastante discutida no debate uma vez que sem o fazer não há como resolver as questões dos outros temas porque é necessário dinheiro para as resoluções de todos os candidatos.

O tema dos transporte e mobilidade e o tema da habitação estão relacionados com o tema do turismo em Lisboa. Isto porque o turista com poder de compra quer comprar casas em Lisboa o que faz com que os preços das casas aumentem e os Lisboetas não possam continuar a viver na cidade, o turista também precisa e procura transportes públicos de qualidade para ir de um lado para o outro na cidade, o turismo não é só importante para a economia da cidade de Lisboa mas também para a economia nacional.

A explicação das campanhas eleitorais de cada candidato foram feitas no fim para dar um pequeno resumo aos telespetadores do que cada candidato pretende fazer se ganhar as eleições autárquicas em Lisboa. Cada candidato teve cerca de um minutos para fazer essa explicação.

Podemos assim concluir que o turismo afeta todas as áreas acima referidas e por isso é um dos temas mais discutido no debate com os cinco candidatos

principais à Câmara Municipal de Lisboa. Os quatro temas referidos na tabela acima tiveram, na sua totalidade, uma duração de 87,08 minutos dos 90 minutos totais do debate, deixando assim os restantes 3 minutos para as apresentações e despedidas feitas pelo jornalista, Rodrigo Guedes de Carvalho.

A tabela abaixo mostra os ataques, a defesa e os factos que disseram durante o debate. Podemos ver que os cinco candidatos mantiveram-se todos com mais ou menos a mesma quantidade de factos declarados no debate (entre 15 e 18), é nos ataques e nas defesas que vemos uma maior discrepância.

Candidatos	Ataques	Defesa	Factos
Fernando Medina	13	34	18
Assunção Cristas	25	18	15
Teresa Leal Coelho	24	14	16
Ricardo Robles	23	8	15
João Ferreira	26	7	18

Fernando Medina defendeu-se mais do que atacou, algo que pode ser considerado como normal uma vez que era o atual presidente da Câmara Municipal de Lisboa e tinha de responder a todos os ataques que os outros candidatos lhe fizeram sobre o trabalho que foi feito durante o seu mandato. O candidato presidente da autarquia tem sempre de responder pelo trabalho feito e não feito. O segundo candidato que mais se defendeu foi Assunção Cristas. Defendeu-se enquanto líder do partido e do trabalho que fez enquanto ministra da agricultura e do mar. De seguida, encontra-se a candidata Teresa Leal Coelho com mais defesas, muitas destas feitas devido a ser parte do PSD, partido que governou até 2015. Fernando Medina teve

de responder às perguntas e provocações dos outros quatro candidatos e Assunção Cristas e Teresa Leal Coelho defenderam-se, ambas, dos ataques vindos da esquerda (PS, BE e CDU). Já Ricardo Robles e João Ferreira foram os menos se defenderam por talvez todos saberem desde o início que não iam ganhar as autárquicas de Lisboa. A grande disputa foi desde o princípio entre PS, CDS e PSD. Sendo assim, o BE e a CDU mantiveram-se, durante quase todo o debate, ao ataque. Os candidatos estiveram bastante equilibrados no que diz respeito aos ataques, tirando Fernando Medina que atacou consideravelmente menos do que os outros quatro, isto porque tinha de se defender dos ataques do PSD, CDS, BE e CDU. Algo que se pode considerar previsível porque todos queriam o lugar que Medina ocupava e que depois das eleições continua a ocupar.

Fernando Medina “disse o que eu diria no lugar dele. Político, fez-se de vítima. Isso é querer dar a entender: ‘a minha posição é ainda mais difícil porque estou aqui sozinho contra estes quatro’. Isso não significa absolutamente nada, há depois todo um jogo político e um jogo de forma que não tem nada a ver com o conteúdo. Há um jogo de forma onde eles jogam as suas cartas, não é? Todos eles se preparam para virem mais ao ataque, serem mais incisivos, se acharem que é isso que o eleitorado pretende deles ou serem mais serenos e sorrirem perante a maior das polémicas, sorriem que é para darem ao eleitorado a visão de que são muito calmos e muito ponderados.” (Rodrigo Guedes de Carvalho⁶).

Moderador	Perguntas	Intervenções	Factos
Rodrigo Guedes de Carvalho	25	42	15

A pequena tabela acima mostra um pequeno estudo das observações, perguntas e intervenções do moderador do debate, Rodrigo Guedes de Carvalho. O jornalista fez 25 perguntas aos candidatos, perguntas abertas como: “quais são os problemas atuais da cidade de Lisboa?” e perguntas mais detalhadas como pedir para explicar algo com mais clareza. O

⁶ Entrevista a Rodrigo Guedes de Carvalho sobre o debate de 30 de Agosto de 2017

moderador interveio diversas vezes ao longo dos 90 minutos de debate, com diferentes objetivos, para passar a palavra a outro candidato, para acalmar os ânimos quando os candidatos começavam a falar todos ao mesmo tempo e para esclarecer e mostrar que estava a fazer o seu trabalho. “Tenho o objetivo de fazer o meu trabalho que é mostrar que estou atento. Isso mostra que estou a fazer uma coisa que é suposto fazermos, que é estar a ouvir.” (Rodrigo Guedes de Carvalho⁷). Os factos presentes na tabela mostra as vezes que o jornalista interveio de forma a constatar algo factual, algo que um dos candidatos disse ou explicações de como ia decorrer o debate.

Apesar de todos os ataques e defesas por parte dos candidatos e das intervenções feitas pelo moderador, Rodrigo Guedes de Carvalho afirmou que o debate até foi bastante civilizado, que os candidatos se controlaram e que já teve de moderar debates muito piores.

⁷ Entrevista a Rodrigo Guedes de Carvalho sobre o debate de 30 de Agosto de 2017

As Peças sobre as Autárquicas em Lisboa

“Only in elections do members of the general public get to cast their votes, and only for the political parties or candidates they think will represent them well” (Burkart & Russmann, 2015). Seguindo este pensamento de Roland Burkart, os media têm um papel importante na democracia, não só por terem o papel de informar o público sobre os candidatos e as suas campanhas, como também podem dar mais importância ou menos importância aos assuntos, criando assim “climas de confiança” ou “de alarmismo e pânico moral” (Figueiras, 2012). Nas eleições a televisão ganha uma maior importância uma vez que é o media mais usado pelos portugueses para obter informações sobre os candidatos e as suas campanhas eleitorais.

Os meios de comunicação, principalmente a televisão, têm segundo diversos autores, uma grande influência na opinião pública e na intenção de voto dos eleitores. No entanto, há exemplos na história de eleições portuguesas a mostrar que os media nem sempre têm o poder de influenciar. Um exemplo é o caso Freeport que foi exposto ao público, antes de José Sócrates se tornar Primeiro-Ministro, e apesar da denúncia as intenções de voto não foram influenciadas.

Apesar de tudo, os media mostram ser o quarto poder. Os candidatos à autarquia de Lisboa sabiam que todas as suas ações, sejam comícios, arruadas, visitas,... iam ter sempre jornalistas à volta e atentos ao que iam dizer e que o público ia ter acesso a essas informações. No entanto, também sabiam que os jornalistas só transmitem a informação mais apelativa às audiências, algo que os candidatos tinham de estar sempre alerta. Para melhor tentar controlar o que ia ser transmitido pelos media, os candidatos enviavam a sua agenda de campanha com comunicados de imprensa a explicar a sua campanha e os objetivos do dia. *“In their press releases, parties justify their views and actions so recipients can sift the better from the worse (Levine, 2003). Most likely, this communication will reach citizens via the mass media.” (Burkart & Russmann, 2015).*

Por ser um dos eventos mais importantes numa democracia, as eleições trazem para o debate público a discussão de problemas, partidos políticos, candidatos e resoluções. Para uma campanha eleitoral mais direta e efetiva, e para melhor informar o público, *“each participant must make a sincere effort to make known all information, including their true intentions, interests, needs and desires, as relevant to the particular problem under consideration.”* (Dahlber, 2001).

A SIC como um dos três canais principais de televisão em Portugal ‘luta’ constantemente com os outros dois canais para ter mais audiência. As eleições autárquicas de 2017 foram uma oportunidade para conseguir adquirir mais telespectadores. Não só com os debates políticos de Lisboa, estudado acima, e do Porto mas também com o especial dia de eleições e ainda o programa *Atrás das Câmaras*, dedicado 100% às eleições autárquicas mas do lado dos cidadãos e não dos candidatos às Câmaras Municipais.

O objetivo deste programa foi andar do norte ao sul do país durante 11 dias para descobrir os problemas reais de Portugal, a falar com os cidadãos e tentar “fugir um pouco àquelas coisas habituais da campanha eleitoral, que são os comícios, as caravanas, aquelas promessas habituais (...) vamos andar pelo país a tentar perceber do que as pessoas se queixam e se preocupam” (Miguel Ribeiro⁸, 2017). O programa começou em Cinfães no distrito de Viseu e terminou, mais de 3 mil quilómetros depois, em Sesimbra. O *Atrás das Câmaras* ia sendo transmitido ao longo do dia. Na SIC Notícias foi transmitido na edição da manhã a partir das nove horas, e das onze ao meio-dia no programa específico do *Atrás das Câmaras*. Na SIC aparecem no PJ à uma da tarde e depois no JN às oito da noite, todos os dias ao longo das duas semanas de campanha eleitoral para as autárquicas.

⁸ Citação retirada de um direto da SIC no Jornal da Noite disponível na bibliografia

Para além deste programa dedicado especialmente para as eleições autárquicas, a SIC contou com cerca de 90 peças sobre as autárquicas nos dois telejornais (PJ e JN) ao longo das duas semanas de campanha eleitoral. A SIC optou por seguir os líderes dos partidos políticos (PSD, PS, BE, CDU e CDS). O facto de as peças dos dois jornais da SIC se terem baseado nos líderes dos partidos e não nos candidatos, dificultou o estudo do tema principal deste relatório que é a cobertura por parte da SIC nas eleições autárquicas de Lisboa.

JORNALISTAS	Nº SAÍDAS	QTE. PEÇAS	TOTAL
Débora Henriques	1	7	8
Carla Rodrigues	8	13	21
José M. Mestre	2	5	7
Ana Geraldes	2	9	11
Inês Timóteo	/	8	8
Hugo Maduro	12	12	24
Inês Martins	/	2	2
Patrícia Bentes	/	8	8
Anabela Neves	/	2	2

A tabela acima mostra o estudo das saídas em cobertura da campanha eleitoral e do número de peças sobre as autárquicas feitas pelos nove jornalistas da editoria de política da SIC. Nesta tabela o número de saídas, conta um total de 25, corresponde às saídas em trabalho sobre as autárquicas em Lisboa em que a maior parte das peças feitas sobre estas saídas foram transmitidas pela SIC Notícias ao longo dos dias. A quantidade de peças escritas por cada jornalista da editoria de política, um total de 66 notícias, corresponde às peças sobre as autárquicas em Portugal que foram transmitidas nos jornais da SIC, PJ e JN, em simultâneo com a SIC Notícias.

Estas peças incluem os resumos de atividades dos dias e das noites de cada líder dos cinco partidos principais. Neste âmbito, em relação às autárquicas de Lisboa, apercebemo-nos que o CDS saiu a ganhar, em Lisboa, em termos

de tempo de antena, uma vez que a candidata à presidência da Câmara Municipal de Lisboa, Assunção Cristas, é também líder do partido. A SIC fez também uma peça em que incluiu todos os candidatos à Câmara Municipal de Lisboa de forma a tentar equilibrar o tempo de antena de cada candidato e de manter a imparcialidade. O estudo indicou também que 24 das 90 peças foram escritas por seis jornalistas fora da editoria de política. Segundo o editor de política, Pedro Benevides, que presentemente já não é o editor de política, a razão de não terem sido só os jornalistas de política a escrever peças sobre as autárquicas foi para dar a oportunidade e o desafio a jornalistas que não estavam habituados a lidar com a política e eleições e ver como se adaptavam e trabalhavam em circunstância diferentes do seu dia a dia. O estudo dos alinhamentos do PJ e JN mostrou-nos também que as peças sobre as autárquicas eram, na maior parte das vezes, transmitidas antes do intervalo dos dois telejornais. As peças sobre o dia de cada líder partidário era, normalmente, transmitido no Jornal da Noite, e a noite de cada líder era transmitido, na maioria das vezes, no Primeiro Jornal.

Em relação à preparação da editoria de política para as campanhas eleitorais de 2017, Pedro Benevides afirmou, numa entrevista feita especificamente para este estudo, que não houve nenhuma preparação especial. Não adicionaram nenhuma reunião suplementar, nenhum briefing e que a maior parte da comunicação feita entre os diretores de informação, o editor de política e os jornalistas era por mensagens, *whatsapp* e telefone. A única reunião em que discutiam quais eram as ações que iam cobrir era na reunião com os diretores de informação e todos os editores às 15 horas todos os dias, reunião que já existia antes das duas semanas de campanha eleitoral terem tido início, uma vez que é nessa reunião que os editores e diretores discutem as notícias do dia. Os jornalistas que mais trabalharam nas campanhas eleitorais em Lisboa foram Hugo Maduro e Carla Rodrigues. No início do estudo não havia razão para que isso acontecesse, no entanto, após a entrevista com Pedro Benevides e emails a que tive acesso, fica-se a perceber que foram formadas equipas com dois jornalistas cada para cobrir as campanhas de cada Câmara Municipal do distrito de Lisboa e da Câmara

Municipal do Porto. A equipa destacada para cobrir as eleições de Lisboa foram os jornalistas Hugo Maduro e Carla Rodrigues.

	Peças	THs	Offs	Diretos
Quantidade	10	3	3	3

A tabela acima exposta mostra a quantidade de notícias transmitidas na SIC e SIC Notícias durante o PJ e o JN, sobre as autárquicas de Lisboa, não inclui as notícias de Assunção Cristas enquanto líder, apenas inclui as notícias dos candidatos enquanto candidatos à presidência da Câmara Municipal de Lisboa. Podemos verificar pela tabela que a SIC deu uma preferência ao gênero de notícias em forma de peça, seguindo-se pelos THs, ou seja, declarações dos candidatos e de pessoas envolvidas na campanha dos mesmos como os líderes partidários e os OFFs. Os dois diretos foram de entrevistas a três líderes partidários, Assunção Cristas do CDS, Jerónimo de Sousa do PCP e Catarina Martins do BE. Nos diretos falaram sobre temas relacionados com o país mas também com as campanhas autárquicas. Nas peças os participantes era na sua maioria os candidatos envolvidos na corrida eleitoral dos cinco partidos principais. No entanto, houve três peças e um TH que incluíram outros participantes, no caso do CDS-PP, esteve Paulo Portas, antigo líder do partido, no PSD esteve Pedro Passos Coelho líder do partido que acabou por abandonar o cargo após as eleições, no caso da CDU, esteve envolvido numa peça o líder do PCP, Jerónimo de Sousa. Para além dos líderes estarem presentes nestas peças em específico, não podemos esquecer que também foram feitas peças com o resumo do dia e da noite dos cinco partidos que envolviam os líderes dos mesmos.

No último dia de campanha, ou seja dia 29 de Setembro, a SIC abordou o tema das sondagens em Lisboa e no Porto. No dia 30 de Setembro, dia antes das eleições, a SIC não abordou de forma alguma o tema das autárquicas pois 24 horas antes de se ir votar os media e qualquer outro meio de

comunicação e/ou de publicidade não podem, segundo a lei⁹, fazer propaganda direta ou indiretamente dos candidatos às eleições autárquicas. Isto não quer dizer que o tema não pudesse ser abordado pela SIC mas como há uma grande dificuldade em não fazer propaganda indiretamente, a SIC fingiu nesse dia que as campanhas nunca tinham acontecido e que no dia a seguir não ia haver eleições. A Comissão Nacional de Eleições (CNE) pediu também aos candidatos que no dia 30 de Setembro, que se abstivessem de fazer qualquer ação que possa ser considerada como propaganda, até ao fecho das urnas.

	Peças	THs	OFF
CDS-PP	4	/	1
PS	1	1	/
PSD	2	2	/
CDU	1	/	1
BE	/	/	1
Comum a todos	2	/	/

A tabela acima mostra o género de peças feitas pela SIC sobre as autárquicas de Lisboa. Sendo que o CDS-PP mostra uma maior quantidade peças feitas num total de 4 e um OFF. O PSD encontra-se em segundo lugar com duas peças e duas declarações (THs). O PS e a CDU têm ambos uma peça e um TH e um OFF, respetivamente. O BE em Lisboa foi o que menos apareceu na SIC contando apenas com um OFF. Os temas discutidos nestas notícias correspondem com os temas abordados no debate acima estudado: a habitação, a mobilidade e transportes e o turismo. As duas peças introduzidas no 'comum a todos' são as duas peças que a SIC fez com todos os candidatos, de forma a tentar encontrar um equilíbrio na distribuição de tempo de antena de cada candidato. Sabemos também que seis das outras oito peças feitas pela SIC foram em arruadas onde os candidatos interagem com a população para discutir os problemas da cidade e tentar conseguir o

⁹ "É proibido qualquer tipo de propaganda político-eleitoral na véspera e no dia das eleições até ao fecho das urnas, sendo essa conduta punida criminalmente." CNE

seu voto. As outras duas peças, uma foi num jantar na UACS (União de Associações do Comércio e Serviço) por parte da candidata do CDS-PP, Assunção Cristas, e a outra peça foi de uma visita a um novo centro de saúde em Lisboa. Os três THs, ou seja, dois do PSD e um do PS, foram igualmente tirados de arruadas, uma dessas declarações foi de Pedro Passos Coelho quando veio a Lisboa participar na campanha eleitoral de Teresa Leal Coelho.

	Duração Peças	Duração THs	Duração OFF
CDS-PP	8,26 minutos	/	52 segundos
PS	2,33 minutos	1,04 minutos	/
PSD	3,15 minutos	1,30 minutos	/
CDU	2,16 minutos	/	1,51 minutos
BE	/	/	1,25 minutos
Comum a todos	6,45 minutos	/	

A tabela acima mostra o tempo das peças, THs e OFFs de cada partido político e o tempo total das duas peças comuns aos cinco partidos. Vemos de imediato que a candidatura do CDS-PP foi o que mais tempo de antena teve direito em relação às autárquicas de Lisboa, com um total de 9,30 minutos, seguido da candidatura do PSD que conta com um tempo total de antena de 4,45 minutos. Em terceiro lugar encontra-se a candidatura da CDU com 4,07 minutos de tempo de antena. A candidatura do PS contou com um total de 3,37 minutos. Já a candidatura do BE foi a que menos teve tempo de antena durante a campanha eleitoral de Lisboa, com um tempo de antena total de 1,25 minutos. A diferença entre a candidatura com mais tempo de antena e a candidatura com menos tempo de antena é de pouco mais de oito minutos, uma diferença ainda considerável, levando assim a que as duas peças comuns às cinco candidaturas não sejam suficientes para combater essa desigualdade. A razão para esta discrepância pode ser devida à importância na luta da autarquia em que o CDS-PP ganhou uma grande popularidade com a sua candidata e que podia vir a ganhar ao candidato do PS que ocupava na altura, e ainda ocupa, o lugar de presidente na Câmara Municipal

de Lisboa. No entanto, *“managing the proportions of airtime granted to politicians and to political parties is widely seen as the most robust way to ensure balance and impartiality in television coverage during elections.”* (Cushion, Thomas & Ellis, 2014).

Durante as peças, o trabalho de um jornalista é manter-se imparcial e apenas revelar factos e informações verídicas de maneira simples e clara para que o telespetador receba a informação necessária das campanhas eleitorais. O jornalista, segundo as regras base do jornalismo, não deve pôr na notícia as suas opiniões. No entanto, nos dias que correm o jornalista comentador é uma realidade.

‘Especial Eleições’

O facto de existirem nos dias de hoje, jornalistas comentadores mostra um certo desvio do que é considerado um jornalismo baseado em factos e imparcial para um jornalismo mais interpretativo e opinativo. Este fenómeno pode ser confirmado no dia de eleições na SIC que contou com jornalistas comentadores durante o programa Especial Eleições. *“Journalists have become more analytical and judgmental in their campaign coverage.”* (Patterson, 2002).

A 1 de Outubro de 2017, dia de eleições para as autarquias, a SIC fez um telejornal longo dedicado a este tema. O Especial Eleições contou com o trabalho de todos os jornalista da SIC, seja na redação ou nas sedes de campanha dos candidatos. Contou ainda com diretos, comentários, discussões nas redes sociais e sondagens. O Especial Eleições tomou o lugar do Jornal da Noite, o pivot principal foi Rodrigo Guedes de Carvalho mas muitos outros estiveram presentes na redação e nos estúdios da SIC, incluindo a jornalista e pivot Clara de Sousa que esteve encarregue de moderar os comentários políticos com os políticos António Vitorino, Pedro Santana Lopes e Francisco Louça. O outro comentário político inclui os jornalistas Miguel Sousa Tavares e Ricardo Costa. Este especial teve uma duração de três horas e foi transmitido em simultâneo na SIC e na SIC Notícias.

As urnas fecharam às 20 horas o que fez com que o Especial Eleições tivesse iniciado, às 19h50, com a projeção das abstenções, isto porque a SIC e os outros órgãos de comunicação não podiam fazer comentários sobre os resultados até ao fecho das urnas, de forma a não influenciarem os eleitores que ainda não tinha votado. Portugal viu nas eleições autárquicas de 2017 uma abstenção de 45,03% e Lisboa teve uma abstenção acima da média do país com 48,83%. No entanto, o número de pessoas que se absteve foi inferior a 2013, ano que contou com 54,94% de abstenção.

O jornal dedicado à noite eleitoral teve início com a apresentação de um resumo sobre as campanhas eleitorais dos candidatos de Lisboa, com um especial foco em Fernando Medina (PS), Teresa Leal Coelho (PSD) e Assunção Cristas (CDS-PP). Isto porque as sondagens do dia 29 mostravam, nas votações do PSD, um resultado baixo, o CDS-PP porque obteve o melhor resultado desde 1976 e Fernando Medina porque ganhou as eleições em Lisboa continuando assim o seu mandato.

Em seguida viu-se no JN o princípio dos comentários políticos. É nesta altura e ao longo do Especial Eleições que vemos os jornalistas comentadores referidos no início do capítulo. Jornalistas que interpretam os resultados e que acabam por dar a sua opinião, perdendo assim a base do jornalismo da imparcialidade e da transmissão de informações factuais.

O especial foi todo feito em direto; diretos do estúdio e da redação da SIC e das sedes de campanha ou nos lugares escolhidos pelos candidatos para discursar sobre os resultados. O primeiro direto do Especial Eleições foi na sede de campanha de Fernando Medina às 19h55 mas durou apenas alguns segundos porque foi só o jornalista dizer que Medina ainda não tinha aparecido e para mostrar como se encontrava a sala onde ele ia discursar. Logo a seguir, o direto passou para onde se encontravam os apoiantes do PSD e de Teresa Leal Coelho. O direto também só durou alguns segundos e foi transmitido com o mesmo objetivo do direto feito na sala do candidato do PS. O terceiro direto foi o de Assunção Cristas na sede de campanha do CDS-PP, igualmente para mostrar o ambiente na sala.

As projeções dos resultados foram apresentadas por Rodrigo Guedes de Carvalho e seguiram-se de imediato de diretos do PS, do CDS-PP, dos candidatos do Porto e do PSD. Duarte Cordeiro do PS foi o primeiro a discursar em direto para a SIC, na noite de eleições, com Telmo Correia do CDS-PP a discursar logo a seguir. Falaram sobre a campanha eleitoral, as projeções e como estavam orgulhosos do trabalho feito pelo candidato e pelo partido. Os diretos dos candidatos do Porto vieram a seguir porque José Eduardo Martins do PSD ainda não estava na sala e iria chegar mais tarde.

Esse atraso levou a que não fosse possível ele discursar e por isso o jornalista, presente na sede do PSD, fez um rescaldo do que foi dito. Seguiu-se ainda, às 20h15, o direto do discurso de Mariana Mortágua do BE por parte da candidatura de Ricardo Robles, e dos diretos dos candidatos de Oeiras.

Os diretos das candidaturas à Câmara Municipal de Lisboa pararam até às 20h52. Pelo meio, o Especial Eleições contou com mais dois comentários políticos com António Vitorino, Pedro Santana Lopes e Francisco Louça, e o segundo com Miguel Sousa Tavares e Ricardo Costa. Houve também um direto de cerca de cinco minutos de Coimbra e um intervalo de dez minutos. O Especial Eleições foi retomado às 20h45 com o tema de futebol sobre os jogos entre o Porto e o Sporting e o Marítimo e o Benfica. Ainda antes do telejornal voltar ao assunto principal, as eleições, houve um pequeno resumo sobre o referendo para a independência da Catalunha.

Retomou-se então o tema das eleições com a revisão das projeções dos resultados para Lisboa e para o Porto. Levando assim para a terceira fase de diretos de Lisboa, em que José Eduardo Martins do PSD volta a discursar mas por pouco mais de um minutos. O direto do hotel onde se encontravam os apoiantes de Medina e do PS foi feito pelo jornalista a falar com as pessoas que estavam na sala onde Fernando Medina iria discursar, este direto foi, até esta altura do jornal, os mais longo, contando com 6 minutos.

Às 21 horas viu-se mais um comentário político com Miguel Sousa Tavares e o jornalista e subdiretor de informação da SIC, Bernardo Ferrão. Foram ainda lidos alguns comentários nas redes sociais sobre as eleições e as campanhas eleitorais que nos levou para a quarta vaga de diretos neste Especial Eleições.

Esta vaga teve direito a três diretos diferentes começando na sede do CDS-PP, onde os apoiantes da candidata Assunção Cristas já celebravam com as projeções dos resultados. Depois passou o direto com os candidatos à autarquia do Porto, voltando para Lisboa de forma a ouvir o discurso de

Carlos Carreiras, coordenador do PSD para as autárquicas, um discurso que contou com cerca de 5 minutos.

Fez-se assim uma pequena pausa de 15 minutos no tema de eleições, às 21h15, para falar e fazer um resumo do jogo entre o Porto e o Sporting. Continuando na pausa, houve ainda um ponto da situação no referendo da independência da Catalunha. Seguiu-se assim o segundo intervalo, de 15 minutos no Especial Eleições retomando o tema das eleições às 21h45.

Partidos¹⁰	% Votos	Votos	Vereadores
PS	42,02%	106110	8
CDS-PP	20,57%	51953	4
PSD	11,23%	28356	2
CDU	9,56%	24138	2
BE	7,13%	18003	1
Branços	2,63%	6635	/
Nulos	1,53%	3866	/
Abstenção	48,83%	241009	/

Ao retomar o tema principal do jornal, houve de imediato um direto da sede do CDS-PP. Já com os resultados praticamente definidos, Assunção Cristas falou para toda a Lisboa enquanto candidata e para todo o país enquanto líder do partido. A partir das 22 horas, os candidatos iniciaram todos os seus discursos de final de eleições uma vez que os resultados já estavam praticamente definidos. Fernando Medina já tinha a certeza de que iria continuar a ser o presidente da Câmara Municipal de Lisboa, Assunção Cristas radiante por ter conseguido o melhor resultado desde 1976, o BE conseguiu também ter um vereador na Câmara de Lisboa.

¹⁰ Tabela obtida no site da SIC Notícias: <http://sicnoticias.sapo.pt/resultados-autarquicas-2017>

Conclusão

“É através dos meios de comunicação social e, principalmente, pela televisão, que os eleitores tomam contacto com a campanha eleitoral e com as propostas dos partidos, com a ressalva, porém, de que este ‘contacto’ ocorre num contexto hipersaturado de representações e de informações sociais, de grupo e até individuais.” (Salgado, 2007).

A televisão é o meio de comunicação mais utilizado para receber informações sobre as campanhas eleitorais, não porque os eleitores tenham uma preferência por este meio mas porque a televisão permite ao telespetador de ver e ouvir os candidatos. O fator da imagem é de grande importância durante uma campanha eleitoral pois mostra a confiança, a personalidade e para além disso consegue explicar a mensagem que o político está a tentar transmitir, simplificando o processo de entendimento para o telespetador.

O jornalismo político durante as eleições, nos dias de hoje, vê o seu foco no conflito entre os candidatos e não nos temas a ser discutidos. “Um dos indicadores de mudança apontados nos diversos estudos é a personalização das campanhas, isto é, a concentração da cobertura jornalística nos candidatos, em vez de nos partidos ou nos temas políticos” (Serrano, 2006). Apesar de atrito entre os candidatos ser algo que os jornalistas procuram, a SIC conseguiu focar-se nos problemas principais da cidade de Lisboa, usando as diferentes opiniões para obter uma resposta da oposição.

Podemos concluir que apesar de não ter havido um equilíbrio nas notícias dos candidatos à autarquia de Lisboa, a SIC obteve a imparcialidade uma vez que a linha editorial que seguiu foi cobrir os líderes dos partidos e não os candidatos em si, assegurando assim o cumprimento da lei da cobertura jornalística de eleições. A escolha editorial da SIC foi feita de forma a conseguir essa mesma imparcialidade, dando a palavra aos líderes e não aos candidatos em especial.

As campanhas eleitorais e os debates televisivos não passam de um 'jogo' ou de uma 'encenação' entre os candidatos em que o jornalista é o intermediário. As campanhas e os debates são preparadas por ambos os candidatos e os jornalistas. Cada um dos candidatos joga as suas cartas com o objetivo de conquistar novos votos e um melhor resultado que nas últimas eleições, já o jornalista prepara-se para 'provocar', encontrar temas que tragam um certo atrito para tornar o debate e as suas peças mais interessantes para os telespetadores.

“Para Patterson, o 'jogo' domina as notícias, em parte, porque corresponde às convenções jornalísticas que dão ênfase aos aspectos mais dramáticos e controversos da política. Os jornalistas partem do princípio que os candidatos se movem pelo desejo de ganhar, pelo que as suas ações são interpretadas como esforços de adquirir votos.” (Serrano, 2006). Outro fator na cobertura jornalística de eleições que leva muitos autores a verem as campanhas eleitorais como um jogo são as sondagens que mostram os possíveis resultados das eleições, levando os candidatos a 'atacar' aquele que se encontra em primeiro lugar.

Já no debate televisivo da SIC com os candidatos à autarquia de Lisboa pudemos reparar que os candidatos do PSD, CDS, BE e CDU, estiveram ao ataque mais tempo do que o candidato do PS que se encontrou mais vezes à defesa. Este fenómeno é considerado normal porque Fernando Medina estava no lugar que os outros quatro queriam e tinha de responder e dar explicações por tudo o que fez e não fez durante o seu mandato.

Um debate televisivo permite aos candidatos de melhor explicarem os seu objetivos, numa eventual vitória, aos eleitores e questionarem a oposição e as suas ideias. Quanto mais tempo de antena os candidatos tiverem seja durante um debate ou nas peças noticiosas dos telejornais, têm mais facilidade em passar a sua mensagem. Talvez por isso é que a maior parte das notícias que foram transmitidas pela SIC foram peças e não OFFs ou THs, uma vez que o formato permite ao jornalista desenvolver o tema em

causa e usar mais declarações dos candidatos do que o outro género jornalístico.

“The more time politicians are given to voice their opinions on-screen, the less their message is mediated to potential voters. Consequently, examining the length and the total airtime politicians speak on camera is a key measure in mediatization studies; it can reveal how far a political logic informs coverage compared to the editorial line pursued by journalists.” (Cushion, Thomas & Ellis, 2014).

No final, a cobertura jornalística por parte da SIC das eleições autárquicas foi, como devem ser todas as coberturas jornalísticas de eleições, uma comunicação entre candidatos, jornalistas e eleitores, sendo que o jornalista e os meios de comunicação tendem a ser o intermediário entre a comunicação candidatos/eleitores e eleitores/candidatos, fazendo com que os jornalistas utilizem uma linguagem simples e direta para que a mensagem seja transmitida o mais corretamente possível. Isto mostra ainda que o sistema político funciona da mesma maneira em períodos de eleições e de não eleições e que os meios de comunicação são de uma grande importância para os políticos e para os cidadãos do país.

Bibliografia

Benoit, W. L. (2014) *Political Election Debates: Informing Voters About Policy and Character*, Lexington Books

Burkart, R. & Russmann, U. (2015) *Quality of Understanding in Campaign Communication of Political Parties and Mass Media in Austria Between 1970 and 2008*

Costa da Silva, A.I. (2013) *Os Debates Televisivos e o Discurso Produzido nos Jornais nas Eleições Presidenciais de 2011*, Instituto Universitário de Lisboa – ISCTE

Cushion, S. ; Thomas, R. & Ellis, O. (2014) *The Mediatization of Second-Order Elections and Party Launches: UK Television News Reporting of the 2014 European Union Campaign*, Universidade de Cardiff

Dahlberg, K (2001) *Computed-mediated Communication and Public Sphere: A Critical Analysis*, Journal of Computer-mediated Communication

Figueiras, R. (2012) *Os Media e as Eleições Europeias, Legislativas e Autárquicas de 2009*, Universidade Católica Editora

Salgado, S. (2007) *Os Veículos da Mensagem Política: Estudo de uma Campanha Eleitoral nos Media*, Livros Horizonte

Savard, J. (2012) *Encyclopedic Dictionary of Public Administration – Policy Cycles*, École nationale d'administration publique

Sena, N. (2002) *A Interpretação Política do Debate Televisivo 1974/1999*, ISCSP

Serrano, E. (2006) *Jornalismo Político em Portugal: A Cobertura de eleições presidenciais na imprensa e na televisão (1976 – 2001)*, Instituto Politécnico de Lisboa

Strömbäck, J. & Lee Kaid, L (2008) *The Handbook of Election News Coverage Around the World*, Routledge

Patterson, T. (2002) *The Vanishing Voter: Why Are the Voting Booths so Empty?*, National Civic Review

Sítios Internet:

<http://sicnoticias.sapo.pt/programas/atras-das-camaras/2017-09-16-A-caminhada-autarquica-vista-atras-das-camaras> - Consultado pela última vez no dia 24 de Março de 2018

<http://sicnoticias.sapo.pt/programas/atras-das-camaras/2017-09-18-Nova-rubrica-da-SIC-percorre-o-pais-durante-as-autarquicas> - Consultado pela última vez no dia 24 de Março de 2018

<http://sicnoticias.sapo.pt/programas/atras-das-camaras> - Consultado pela última vez no dia 24 de Março de 2018

<http://sicnoticias.sapo.pt/especiais/autarquicas-2017/2017-09-29-CNE-pede-contencao-a-candidatos-e-comunicacao-social-no-domingo> - Consultado pela última vez no dia 29 de Março de 2018

<http://sicnoticias.sapo.pt/resultados-autarquicas-2017> - Consultado pela última vez no dia 29 de Março de 2018

http://www.cne.pt/sites/default/files/dl/lei_72-a_2015_cobertura-jornalistica_publicidade_comercial_1.pdf - Consultado pela última vez no dia 29 de Março de 2018

<http://www.jornaleconomico.sapo.pt/noticias/nova-lei-da-cobertura-jornalistica-sera-testada-nas-eleicoes-autarquicas-152243> - Consultado pela última vez no dia 29 de Março de 2018

<http://www.cne.pt/content/eleicoes-autarquicas-2017> - Consultado pela última vez no dia 29 de Março de 2018

<http://sicnoticias.sapo.pt/especiais/autarquicas-2017/2017-08-30-Lisboa-em-debate---1.-parte-1> - Consultado pela última vez no dia 22 de Março de 2018

<http://sicnoticias.sapo.pt/especiais/autarquicas-2017/2017-08-30-Lisboa-em-debate---2.-parte> - Consultado pela última vez no dia 22 de Março de 2018

Anexos

Lei da Cobertura Jornalista de Eleições

Artigo 1.o

Objeto

1 - A presente lei estabelece o regime jurídico da cobertura jornalística em período eleitoral pelos órgãos de comunicação social.

2 - A presente lei regula, ainda, a propaganda eleitoral através de meios de publicidade comercial.

Artigo 2.o

Âmbito de aplicação

1 - A presente lei aplica-se a todos os órgãos de comunicação social que estão sujeitos à jurisdição do Estado português, independentemente do meio de difusão e da plataforma utilizada.

2 - A presente lei aplica-se às eleições para Presidente da República, para a Assembleia da República, para o Parlamento Europeu, para os órgãos das autarquias locais e aos referendos nacionais.

3 - O disposto na presente lei não é aplicável às publicações doutrinárias que sejam propriedade de partidos políticos, coligações ou grupos de cidadãos concorrentes a atos eleitorais ou intervenientes em atos referendários, independentemente do meio de difusão e da plataforma utilizada, desde que tal facto conste expressamente do respetivo cabeçalho.

Artigo 3.o

Período eleitoral

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

2 - O período de pré-campanha eleitoral corresponde ao período compreendido entre a data da publicação do decreto que marque a data do ato eleitoral ou do referendo e a data de início da respetiva campanha eleitoral.

3 - O período de campanha é o que se encontra fixado na lei eleitoral e na lei do referendo.

CAPÍTULO II

Cobertura jornalística em período eleitoral

Artigo 4.o

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 5.o

Regras jornalísticas

1 - 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.

2 - Os atos de propaganda dos candidatos ou partidos, incluindo os tempos de antena, são da sua iniciativa e inteira responsabilidade, não sendo confundíveis com o trabalho editorial.

3 - Os 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.

Artigo 6.o

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 7.o

Debates entre candidaturas

1 - No período eleitoral os debates entre candidaturas promovidos pelos órgãos de comunicação social obedecem ao princípio da liberdade editorial e de autonomia de programação, devendo ter em conta a representatividade política e social das candidaturas concorrentes.

2 - A representatividade política e social das candidaturas é aferida tendo em conta a candidatura ter obtido representação nas últimas eleições, relativas ao órgão a que se candidata.

3 - O disposto no número anterior não prejudica a possibilidade de os órgãos de comunicação social incluírem, no exercício da sua liberdade editorial, outras candidaturas nos debates que venham a promover.

Artigo 8.o

Tempos de antena

O direito dos cidadãos a ser informados e das candidaturas a informar, com igualdade de oportunidades e tratamento, é especialmente assegurado nos órgãos de comunicação social através da realização e divulgação dos tempos de antena, nos termos das respetivas leis eleitorais e dos referendos.

Artigo 9.o

Queixas

1 - Os representantes das candidaturas que se considerem prejudicadas pela

atuação dos órgãos de comunicação social desconforme às disposições da presente lei podem reclamar, em exposição devidamente fundamentada, para a Comissão Nacional de Eleições (CNE).

2 - A CNE, após a receção de qualquer queixa, no prazo de quarenta e oito horas a contar do seu recebimento, endereça-a à Entidade Reguladora da Comunicação Social (ERC) acompanhada do seu parecer.

3 - A ERC aprecia a reclamação no quadro das suas competências, ao abrigo dos artigos 63.º e seguintes, da Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

Entrevista Rodrigo Guedes de Carvalho sobre o debate Lisboa

1. Como se preparou para o debate?

Preparei-me, assim que soube que ia fazer o debate, fiquei atento ao que ia surgindo diariamente sobre os candidatos. Pedi à Gabriela Neto, que normalmente é a produtora de entrevistas maiores, para me arranjar os programas das candidaturas e também para me arranjar coisas que houvesse mais para trás, ou seja, entrevistas que houvesse com os candidatos. As entrevistas, normalmente são importantes porque se fica a perceber logo que tipo de resposta é que o candidato costuma dar. Pronto, e a partir daí, muitas dezenas de papelada, começo a ler, não exaustivamente, já tenho um olhar treinado para ler mais ou menos na diagonal, e começo a ler à procura do estilo do candidato. Depois começo a cruzar aquilo que é importante quando se trata de quaisquer eleições, sobretudo numas autárquicas que é: quais são os grandes temas, ou seja, quais são os grandes temas de que eles normalmente falam ou que lhes são perguntados? Deparas logo com a questão dos transportes, da mobilidade, da habitação, há muitos turistas ou há poucos turistas. E a partir daí, escolhidos os temas, tento perceber quais são as diferenças no que eles defendem para poder arranjar pontos de atrito entre eles. O atrito num debate, atrito não significa que se vão engalfinhar, mas o atrito significa que têm opiniões diferentes e isso é importante num debate para que o debate não se transforme em entrevistas separadas. Não vou fazer uma entrevista isolada a um, isolada a outro, isolada a outro. O que é importante para os espectadores é que eles debatam as suas ideias, que cada um diga: ‘a minha ideia é mais eficaz que a sua porque x, y ou z. E portanto tento encontrar esses pontos, ‘ah esta quer construir 10 estações de metro e este acha que o metro não é o prioridade’ por exemplo, ‘vou explorar aqui isto entre eles’. Depois, em todos os debates autárquicos há sempre um elemento importante que, normalmente é muito raro isso não acontecer, um dos candidatos já é presidente da Câmara, portanto já esteve a exercer, já tem uma política que foi visível e que normalmente é criticada pelos outros e esse candidato goste ou não, estará mais na berlinda. A certa altura o Fernando Medina diz: “ah parece que são quatro contra um” mas isso é perfeitamente normal porque quem está a exercer já tem algo por que responder.

2. Achou mesmo que eram os quatro contra um ou acha que Fernando Medina exagerou?

Não. Ele disse o que eu diria no lugar dele. Político, fez-se de vítima. Isso é querer dar a entender: “a minha posição é ainda mais difícil porque estou aqui sozinho contra estes quatro”. Isso não significa absolutamente nada, há depois todo um jogo político e um jogo de forma que não tem nada a ver com o conteúdo. Há um jogo de forma onde eles jogam as suas cartas, não é? Todos eles se preparam para virem mais ao ataque, serem mais incisivos, se acharem que é

isso que o eleitorado pretende deles ou serem mais serenos e sorrirem perante a maior das polémicas, sorriem que é para darem ao eleitorado a visão de que são muito calmos e muito ponderados. Eu já sei que eles vão fazer esse jogo. A mim interessa-me, quando vou fazer o debate, encontrar esses pontos a que eu me possa agarrar para os colocar em confronto. Ter muito cuidado, sobretudo. Gerir um debate frente a frente, duas pessoas, é relativamente fácil, é basicamente 3 minutos um, 3 minutos o outro e isso é fácil. Com cinco já é muito difícil e portanto preciso de uma ajuda na régie de alguém que tenha, eu terei a minha noção mas não é muito matematicamente fiável, a noção de que aquilo está a ser equilibrado em termos de tempo, ou seja, que todos têm o seu tempo. Depois haverá sempre as pessoas que dizem assim: 'ah mas era muito mais interessante perder-se ali um pouco mais de tempo no debate de boca entre o Medina e a Cristas porque a coisa estava quente', okay, mas isso significa que depois o candidato do BE basicamente não vai falar e não pode ser. Cabe-me enquanto pivot que ele tenha exatamente a mesma oportunidade de tempo para o fazer sendo que depois ele utiliza esse tempo como ele quiser. Mas já sei que normalmente vem esse tipo de críticas mas neste tipo de debate tem que ser essa a minha preocupação.

3. A candidata Teresa Leal Coelho disse que tinha sido roubada no tempo.

Não, não é verdade. Foi pelo contrário. Ela chegou a uma altura que estava com mais tempo do que os outros. Nós não temos culpa que ela tenha de alguma forma utilizado mal o seu tempo com o 'deixe-me responder uma coisa que ficou ali atrás, deixe-me só acrescentar que não sei o quê' ou teve imensas hesitações em vez de ser curta e clara, portanto, isso não temos culpa mas em termos de tempo não. A indicação que eu tenho é que ela houve uma altura que até tinha mais tempo que os outros portanto isso não é verdade.

4. Uma vez que eram mais ou menos 'cinco contra si', tinha alguma estratégia para os controlar, para conseguir moderar melhor o debate?

Já tive debates muito piores. Eles foram muito controlados. Não tenho problema nenhum, nunca tive e tenho cada vez menos. No início da minha carreira ia para um debate destes e eu era a pessoa mais nova em estúdio hoje é o contrário, normalmente sou a pessoa mais velha, a única pessoa ali, naquele debate, que era da minha idade era a Teresa Leal Coelho, todos os outros eram mais novos. Já tenho muitos anos de carreira e portanto há um respeito dos intervenientes pela minha pessoa e tenho de confiar no meu bom senso, nunca interrompi à bruta, nunca fui mal criado com eles. Agora há um momento que eu tenho de fazer o que se espera de mim que é moderar e às vezes o moderar significa que tenho de cortar a palavra a alguém e passá-la a outro e isso faz parte do jogo mas eu acho que

eles entenderam isso, por acaso até achei que foi um dos debates mais fáceis nesse sentido, já tive pessoas muito mais indisciplinadas.

5. Voltando à parte em que se preparou para o debate, chegou alguma vez a trabalhar com a editoria de política?

Formalmente não. Informalmente sim por causa de um ou de outro pormenor. Vamos lá ver, as pessoas esquecem-se que o pivot é ou deve ser dos melhores jornalistas da casa até porque nós somos chamados a muitos temas, não só da política. E portanto eu tenho de confiar naquilo que eu sei e naquela que é a minha bagagem. Tenho de recorrer ao que eu sei sobre o tema, ao que eu estudei porque é esse o meu trabalho, é eu estudar, pode haver questões de pormenor que eu posso já não me lembrar, do género, ‘Oh Benevides diz-me cá uma coisa, o primeiro a ser convidado pelo PSD foi o Santana Lopes? Sim, sim foi o primeiro a ser convidado mas disse que não podia’, pronto, questões de pormenor sim recorro aos meus colegas da política.

6. O debate teve início simultaneamente na SIC e na SIC Notícias e a segunda parte foi apenas na SIC Notícias. Acha que nessa mudança houve perda de audiência?

Isso não faço ideia. Provavelmente sim. Mas não tem de ser essa a minha preocupação, não tenho de pensar nisso nem mudar a minha atitude conforme estou na SIC ou na SIC Notícias.

7. Reparei, quando estava a ver o debate, que pegava nos pontos mais importantes que cada candidato dizia e repetia um bocado o que eles diziam, tinha algum objetivo com isso?

Tenho. Tenho o objetivo de fazer o meu trabalho que é mostrar que estou atento. Moderar um debate é, eu levo umas 20 perguntas preparadas e depois tenho de estar atento ao que o debate me dá porque o debate pode trazer respostas que não estão na ‘ementa’ e que são surpreendentes e que até levam o assunto para outro lado, tenho obviamente que reagir a isso, portanto, às vezes, em cima das perguntas que levamos para o debate preparadas, eles próprios com as suas declarações sugerem-me ou dão-me a ideia de outras perguntas. Para além disso isso mostra que estou a fazer uma coisa que é suposto fazermos, que é estar a ouvir.

8. Reparei também que usou, em diversas ocasiões, umas pequenas provocações, como por exemplo quando disse a Assunção Cristas que “a sua classe média ganha muito bem” ou quando disse a Fernando Medina que ele dizia muitas vezes “não posso fazer tudo já”. Tinha algum objetivo com essas provocações?

Não. E não são provocações, são formas de aligeirar o tom, introduzir alguma boa disposição, sendo que às vezes essa boa disposição é

mais acutilante. Não acho que o bom humor seja inimigo da seriedade e para além disso serve para introduzir ali um tom mais informal, um tom mais de conversa, que não seja tão sério mas sem deixar de dizer as coisas ou de continuarmos com os temas, isso é que é importante. Por outro lado, é também muito o meu estilo, se puseres lá outro pivot, o seu estilo não será esse. O meu estilo, ao longo dos anos tem sido esse.

9. No geral, em termos jornalísticos, como é que acha que correu o debate?

Acho que correu bem. Acho que consegui manter uma razoável democracia dos tempos. Em relação aos conteúdos achei, o que acho sempre porque já estou nisto à muitos anos. Achei que foi tudo muito vago mas se calhar isso é a própria natureza da entrevista em televisão sobretudo num debate.

10. Se pudesse mudar alguma coisa no debate o que mudaria?

Está feito.

11. Depois de ter moderado o debate teve alguma percepção do que seria o resultado final da eleições ou ainda era muito cedo para dizer?

Já antes do debate tinha a sensação de que o Medina ia ganhar e que a Cristas ia ficar em segundo mas isso já antes do debate. Depois do debate fiquei ainda mais com essa sensação.

Peças escritas durante o estágio na SIC

OFF

A criança de 2 anos desaparecida na tarde de domingo foi encontrada a 150 metros de casa.

{Segue Clip-OFF}

A criança esteve desaparecida durante 7 horas no Bairro de Santa Marta, em Sintra.

No local encontravam-se os bombeiros de Belas, membros da PSP e da Polícia Judiciária.

A criança foi encontrada já perto da uma da manhã. Estava bem de saúde mas foi levada para o hospital por precaução.

Os familiares agradeceram às autoridades.

<

FRASE: CRIANÇA DESAPARECIDA / Criança de 2 anos desaparecida ontem foi encontrada esta madrugada

FRASE: CRIANÇA DESAPARECIDA / A criança encontrava-se de boa saúde mas foi levada para o hospital por precaução

PEÇA PR

No dia mundial da diabetes, Marcelo Rebelo de Sousa pede aos portugueses para não menosprezarem esta doença.

{Segue Clip}

<

A diabetes é uma doença que mata mais de 10 portugueses por dia.

O Presidente da República foi à Associação Protectora dos Diabéticos de Portugal para marcar o dia mundial das diabetes.

Marcelo defende a importância do apoio de todos para com aqueles que sofrem de diabetes.

VIVO

"Aos que convivem com diabetes todos os dias... um abraço. Aos que aqui os acolhem na associação e em muitas outras instituições pelo país... outro abraço. Aos voluntários que ajudam, que se empenham, que estão presentes... outro abraço."

São mais de um milhão de portugueses que sofrem de diabetes, um número que para Marcelo é uma percentagem impressionante.

O Presidente apela aos portugueses para não desvalorizarem esta doença.

VIVO

"E eu devo confessar que às vezes me irrita um pouco com aquelas ou aqueles na nossa família que facilitam... que facilitam, que não levam a sério... não acompanham... não assumem um pouco aquilo que se assumirem, torna a sua vida diferente, para melhor."

Marcelo defende que a saúde e a educação são os pontos mais importantes, para construir uma sociedade forte.

PEÇA PR SECA

Falta de chuva põe em risco vários concelhos na região de Viseu que se viram obrigados a cortar no consumo de água.

{Segue Clip}

<

VIVO

"E 20 dias disse? Então 20 dias é o final do mês de Novembro, início de Dezembro! Mas são 20 dias ao consumo atual, mas nós estamos... Sim, a cortar no consumo."

Marcelo Rebelo de Sousa falava com os autarcas das Câmaras de Viseu e Mangualde numa visita à barragem de Fagilde.

Esta barragem foi bastante utilizada no combate aos incêndios deste ano e encontra-se neste momento com pouca água devido à falta de chuva.

Os concelhos afetados pela seca já reduziram de 3 mil metros cúbicos o consumo de água das populações.

Transportar água com camiões cisterna foi uma das várias soluções encontradas pelos autarcas para aumentar o número de dias sem falta de água.

VIVO

"E com mais duas soluções que aí temos, que é um furo que nós fizemos que talvez consigamos mais 3 mil metros cúbicos, mais umas soluções que Nelas e Mangualde também estão a encontrar... Tudo somado... dará para aguentarmos mais 3 meses. 3 meses. Mas mais do que as pessoas as empresas também... as empresas param todas. 3 meses já era diferente. Se conseguirmos, vamos ter uma reunião para a semana. Era Novembro,

Dezembro, Janeiro... Vá até Fevereiro. Se reduzirmos a 5 mil nós conseguimos aguentar 52 dias."

No entanto, estas medidas de emergência são caras e só a Câmara de Viseu está a gastar 20 mil euros por dia no abastecimento de água.

Os autarcas dizem não ter capacidade financeira para aguentar esta situação durante muito tempo e que o governo tem de assumir esta responsabilidade.

PEÇA PR INCENDIOS

Três semanas depois dos incêndios do dia 15 de Outubro, Marcelo Rebelo de Sousa deslocou-se até aos concelhos de Cantanhede e Mira.

{Segue Clip}

<

Marcelo Rebelo de Sousa visita as zonas afetadas pelos incêndios de Outubro para ver a dimensão dos estragos causados pelas chamas.

Foram atribuídos 100 milhões de euros para as empresas afetadas pelos incêndios, valor que pode vir a ser atualizado devido ao aumento do número dessas mesmas empresas.

Por agora, o Presidente apela a um rápido fecho dos dossiers do seguro.

VIVO PR 1

"Há acordo a fazer com os seguros, para as empresas saberem o que vão receber dos seguros e depois saber quanto é que precisam de complemento para além disso. E se puder ser feito com rapidez, e também tem sido impecável a reação das entidades seguradoras, para fechar o dossier dos seguros e abrir o dossier dos complementos de financiamento, tanto melhor."

Marcelo Rebelo de Sousa apoia a presença do governo no terreno e o trabalho rápido por parte do mesmo.

VIVO PR 2

"Em termos de financiamento a esta recuperação tem de ser rápida e a resposta do governo foi muito rápida. Está a ver, o diploma já foi promulgado por mim, quer dizer assinado já há um tempo, foi assinado pelo primeiro ministro a seguir, foi publicado, já aí está. Portanto, nesse particular que eu chamaria o plano de emergência tem havido uma preocupação de resposta rápida."

Com o início da reconstrução das empresas, o Presidente da República defende que não se pode pensar no passado e que agora é altura de olhar para o futuro.

PEÇA CI PCP + PEV

Numa altura em que o orçamento de estado e os incêndios florestais estão na boca do país, o PCP e os Verdes reuniram-se para discutir estas matérias. Ambos os partidos defendem que os cidadãos têm de ser a principal preocupação do governo.

{Segue Clip}

<

O PEV apoia o aumento de sapadores, vigilantes e guardas-florestais no terreno, mas para os Verdes, mais importante ainda é criar um projeto de sensibilização para que a população se consiga proteger em caso de incidentes como o de Pedrógão Grande.

VIVO PEV (Reunião PEV)

"Esse trabalho de sensibilização dos cidadãos, de informação aos cidadãos, sobre a sua auto proteção seja de facto realizado. Porque isto agora é uma questão que nós não podemos esperar mais, tudo tem que vir para o terreno, tudo tem de ser construído rapidamente para que as respostas possam ser dadas efetivamente."

Jerónimo de Sousa não aceita que o défice seja mais importante que as pessoas.

O líder do PCP defende que se alguma matéria no orçamento de estado deve sofrer alterações que seja o défice.

VIVO PCP (Reunião PCP)

"Essa dicotomia é falsa, isso seria renegar a evolução, portanto, a análise que fazemos à situação económica do país que melhorou precisamente porque os portugueses tiveram mais capacidade de consumo, melhores rendimentos, repondo aquilo que lhes foi roubado durante os últimos anos. Nós temos uma opção: as pessoas estão à frente do défice."

Para ambos os partidos, é necessário que as palavras passem a ações o mais depressa possível para que tragédias como as deste ano não se repitam.

TH REUNIÃO PEV

Os Verdes vão lutar por um projeto de sensibilização para que as populações sejam informadas sobre como reagir em casos semelhantes ao de Pedrógão Grande.

{Segue TH}

<

TH REUNIÃO PCP

Jerónimo de Sousa defende que no orçamento de estado o défice não tem prioridade sobre os portugueses.

{Segue TH}

<

TH PM BREXIT

António Costa admitiu que os avanços em relação ao brexit são insuficientes e que os direitos dos cidadãos têm de ser uma prioridade nas negociações. O conselho europeu realiza-se dia 19 e 20 e tem como tema principal o brexit e as relações entre a União Europeia e o Reino Unido no pós-brexit.

{Segue TH}

<

Vox Pop Autárquicas

Com as autárquicas à porta, os habitantes de Lisboa esperam que o futuro presidente da Câmara de Lisboa resolva alguns problemas da capital, nomeadamente o tempo de espera dos transportes públicos.

{Segue Clip}

<

A cerca de um mês das eleições, os lisboetas esperam que o futuro presidente da Câmara se dedique a resolver os problemas da cidade. Os trabalhadores e moradores da capital dizem existir diversos problemas na cidade. Para muitos o principal é o tempo de espera dos transportes públicos.

VIVO VoxPop

A questão do estacionamento não é consensual. Muitos dizem que devia haver mais sítios para parar o carro sem pagar, outros dizem que os lugares de estacionamento estragam as praças da cidade.

VIVO VoxPop

Para além do problema do transporte, os moradores da cidade queixam-se do preço das ca-sas.

VIVO VoxPop

As eleições têm lugar no domingo dia 1 de Outubro.

Centeno Orçamento

O défice público viu, até Julho, um melhoramento de mais de mil e cem euros comparado com o período homólogo de 2016 segundo os resultados divulgados pela direção geral do orçamento.

{Segue Clip}

<

Para o ministro da Finanças a execução orçamental anunciada na última sexta-feira é um bom presságio para o resto do ano em termos orçamentais.

VIVO Centeno

"A execução orçamental até Julho, permite antecipar o cumprimento dos objetivos orçamentais para 2017. Pelo segundo ano consecutivo o governo cumprirá os compromissos assumidos perante a assembleia da república e através desta com os portugueses. Damos assim um contributo para a sustentabilidade das finanças públicas portuguesas e para a credibilidade da república enquanto emitente de dívida soberana."

O défice da administração pública até ao mês de Julho foi de 3 763 milhões de euros. Uma descida de 1 153 milhões de euros relativamente ao mesmo período do ano passado.

As receitas provenientes dos impostos foram os principais fatores para a melhoria do défice. O objetivo do governo era um aumento de 3% mas só em Julho já tinha chegado aos 4,4%.

Mário Centeno considera os resultados como positivos, permitindo manter as previsões do peso da dívida pública no PIB.

VIVO Centeno

"Assim, em 2017, a previsão do governo de redução da dívida pública, do seu peso no PIB, mantém-se e passará de 130,3% em 2016 para 127,7% em 2017. A evolução no primeiro semestre da dívida pública é de facto compatível com esta trajetória anual. Assim no terceiro trimestre o que esperamos é que as emissões de dívida tenham um montante idêntico ao dos pagamentos programados permitindo uma manutenção do valor nominal da dívida e já no terceiro trimestre uma ligeira redução em percentagem do PIB."

Portugal não irá ter este ano o acerto de margens financeiras com a União Europeia, como aconteceu em 2016. Com estes resultados o governo sente-se confiante em conseguir atingir os objetivos do programa governamental.

Incêndio no MARL OFF

Um incêndio danificou um pavilhão do Mercado Abastecedor de Lisboa ontem à noite.

{Segue Clip OFF}

O armazém em causa pertencia a uma empresa espanhola de fruta.

No local estiveram 121 bombeiros e 41 veículos.

O fogo não fez nenhum ferido mas o pavilhão vai ficar encerrado devido à danificação provocada pelas chamas.

Nesta altura ainda não são conhecidas as causas do incêndio.

<

Incêndio no MARL

O incêndio que teve início na noite de quinta-feira continuava ativo na madrugada de hoje. O Presidente da Câmara Municipal de Loures afirmou pela uma e meia da manhã que iam começar o rescaldo do incêndio.

{Cola TH}

<