

Veiculação dos pseudoacontecimentos produzidos pelo Chega na cobertura da campanha eleitoral para as eleições legislativas de 2019

Propagation of pseudo-events produced by Chega during the coverage of the electoral campaign for the Portuguese legislative elections of 2019

Pedro Alexandre Maia Martins
id10397@alunos.uminho.pt
Instituto de Ciências Sociais
Universidade do Minho
ORCID iD 0000-0001-6347-9985

Artigo recebido em 2022-10-13
Artigo aceite em 2023-02-26
Artigo publicado em 2023-02-28

Resumo

A entrada do Chega na Assembleia da República, após as eleições legislativas de 2019, representou um ponto de viragem nos panoramas político e mediático portugueses. Intrinsecamente ligado à figura do seu líder, André Ventura, este partido surgia como o primeiro representante da direita radical populista a alcançar um assento parlamentar em Portugal. Ao longo de toda a campanha eleitoral, foi possível notar que a comunicação política do partido liderado por André Ventura demonstrava um profundo conhecimento das rotinas de produção noticiosa. Entre os atos comunicativos produzidos pelo Chega com vista a atrair as atenções mediáticas encontrava-se um conjunto de pseudoacontecimentos, criando uma interrogação relativa à cobertura noticiosa do partido referido: teriam os *media* noticiosos veiculado os pseudoacontecimentos produzidos pelo Chega? No caso de a resposta ser afirmativa, como teria sido feita essa veiculação?

A pretensão de responder a estas duas perguntas criou a necessidade de uma análise qualitativa das peças de cariz informativo sobre o partido liderado por André Ventura, publicadas durante o período eleitoral, de 1 de agosto a 6 de outubro de 2019.

A investigação feita no presente trabalho mostrou que apenas o jornal *I* e o *Correio da Manhã* veicularam os pseudoacontecimentos produzidos pelo Chega, com temáticas circunscritas às questões de género e à corrupção, e com a controvérsia, o conflito e a continuidade como valores-notícia dominantes.

The accession of Chega to the Assembly of the Republic, after the legislative election of 2019, represented a turning point for Portuguese political and mediatic landscapes. Inherently linked to the figure of its leader, André Ventura, this party emerged as the first representative of the populist radical right who managed to get a seat in the parliament of Portugal. Throughout the electoral campaign, one could notice how much Chega's political communication was influenced by a profound knowledge of news-making routines. Among the communicational acts created by Ventura's political party, one could see the presence of pseudo-events, leading one to pose two questions regarding its coverage: did the news-media outlets propagate any pseudo-event produced by Chega? The answer to that question being affirmative, how was that propagation made?

The goal of answering those two questions led to the qualitative analysis of every news piece published during the electoral period, from August 1 to October 6 of 2019, whose subject was the party led by André Ventura.

As the results of this paper's research show, *I* and *Correio da Manhã* were the only print-media outlets to propagate the pseudo-events produced by Chega, its subject being circumscribed to gender issues and corruption, and its dominating news-values being continuity, conflict and controversy.

Palavras-chave

Chega • Populismo • Pseudoacontecimentos • Jornal *I* • *Correio da Manhã*

Chega • Populism • Pseudo-events • *I* (newspaper) • *Correio da Manhã*

Introdução

As eleições legislativas de 2019 representam um ponto de viragem na política portuguesa. Após 45 anos como um dos casos europeus de exceção em relação à presença da Ultradireita¹ nos seus órgãos de soberania, Portugal viu o partido político Chega entrar no parlamento como sétima força política mais votada.

No entanto a emergência do Chega não foi estranha à arena mediática. Apesar da sua chegada recente à Assembleia da República, o líder do partido, André Ventura, já era bastante conhecido pelos *media* portuguesas: para além da sua carreira como comentador desportivo na CMTV, havia captado as atenções mediáticas aquando da sua candidatura à presidência da Câmara Municipal de Loures, em 2017. Numa entrevista ao jornal *I*², André Ventura havia acusado os elementos da comunidade cigana de “viverem quase exclusivamente de subsídios do Estado”. O teor preconceituoso destas declarações gerou uma vasta cobertura mediática, associando o seu protagonista à rejeição de valores típicos da democracia liberal como a tolerância ou o multiculturalismo.

Apesar de as declarações ciganóforas, como a que o líder proferiu, poderem ser interpretadas como pura representação de uma ideologia política, a realidade é que este tipo de discurso demonstra um profundo conhecimento das rotinas de produção noticiosa, mais especificamente do valor noticioso de comportamentos controversos ou conflituosos. Através de uma declaração intolerante, o líder do

1. O conceito de ultradireita foi introduzido por Mudde (2020), que a descreve como “uma combinação entre a direita extremista e a direita radical” (p. 193). O politólogo holandês aponta para a crença na naturalidade e na positividade das desigualdades entre as pessoas como um elemento comum entre estas duas ideologias. Contudo, enquanto a direita extremista “rejeita a essência da democracia”, a direita radical apenas “se opõe a elementos fundamentais da democracia liberal” (Mudde, 2020, p. 191). Baseando-se nesta conceitualização de Mudde, Marchi (2020) considera que o Chega se insere no campo ideológico da direita radical, enquanto a direita extremista corresponderia ao campo político do Ergue-te.

2. Publicada a 17 de julho de 2017.

Chega acabava de atrair as atenções mediáticas para o seu partido. À semelhança de outros atores políticos populistas, André Ventura e os restantes dirigentes do Chega continuariam a pautar os seus atos comunicativos pelo objetivo de conseguir alcançar os espaços noticiosos, através de declarações com um tom semelhante à de 2017 e da produção de acontecimentos encenados, criados com o único propósito de obterem cobertura mediática, i.e., através da produção de pseudoacontecimentos (Boorstin, 1992).

Tendo em conta que estas práticas comunicativas se manteriam até ao sufrágio de 6 de outubro de 2019, surgem duas dúvidas: será que os pseudoacontecimentos produzidos pelos Chega tiveram acolhimento nos *media* informativos portugueses durante o período eleitoral? Em caso dessa hipótese se confirmar, como foram veiculados esses pseudoacontecimentos?

O trabalho presente tentará responder a essas duas perguntas. A primeira parte fará uma breve revisão teórica sobre o populismo de direita radical, sendo também abordadas a sua relação com os *media* e as rotinas de produção noticiosa por detrás dessa mesma relação, assim como o papel dos pseudoacontecimentos neste âmbito. A segunda parte será composta por uma breve exposição da metodologia de análise utilizada para verificar se os *media* impressos veicularam os pseudoacontecimentos produzidos pelo Chega e, no caso de uma resposta afirmativa, como essa veiculação foi feita. A terceira parte corresponderá à apresentação dos resultados da investigação, mostrando que a maioria dos meios de comunicação portugueses não veiculou os pseudoacontecimentos produzidos pelo partido liderado por André Ventura, existindo características *suis generis* em relação à forma como essa veiculação ocorreu.

Revisão teórica

Chega

Embora existam perspetivas diferentes em relação ao posicionamento ideológico do partido liderado por André Ventura, existe um consenso relativa-

mente ao seu carácter populista. De acordo Marchi (2020), autor de uma das primeiras obras sobre o partido liderado por André Ventura, “o Chega é populista porque a sua mundividência está baseada numa perspetiva dicotómica da realidade política” (p. 193), contrapondo “o povo como entidade homogénea e virtuosa à elite corrupta e corruptora” (p. 192)³.

No mesmo sentido, o académico italiano coloca o partido liderado por André Ventura na direita radical, campo ideológico “com um carácter antissistema e objetivos de mudanças substanciais no regime, mas através das regras do jogo estabelecidas pela constituição, inclusive com a sua reforma” (Marchi, 2020, p. 192).

Direita populista radical

A ideologia adotada pelo partido liderado por André Ventura tem sido abraçada por partidos com uma ascensão política bastante notória nas democracias liberais (Guazina, 2021), sobretudo desde a última década do século XX. De acordo com Mudde (2019), forças políticas como o Chega, o Vox ou a AFD fazem parte daquilo que define como a fase de “integração da ultradireita no *mainstream* político” (p. 31). Na perspetiva do investigador holandês, esta ascensão da direita populista radical resulta da normalidade patológica deste campo político: o seu ideário representa uma radicalização das perspetivas *mainstream* da população, o que explica o seu sucesso em anos recentes (2010)⁴.

Enraizado numa reação à globalização, ao neoliberalismo e ao multiculturalismo (Sá, 2021; Betz, 2003), o ideário da direita populista radical foi apontado por Norris e Inglehardt (2019) como

3. Marchi baseia esta descrição do conceito de populismo introduzido por Mudde (2019).

4. Esta ideia de Cas Mudde, denominada de “tese da normalidade patológica”, representa uma atualização da tese da patologia normal, proposta por Erwin Scheuch e Hans Klingemann. De acordo com esta teoria, os movimentos de ultradireita eram vistos como desadequados à democracia, sendo o seu sucesso eleitoral bastante reduzido por consequência (1967).

uma ideologia autoritária. O autoritarismo aqui presente não se refere à concentração de poderes típica do autoritarismo clássico (Stoppino, 1998), mas à defesa de um conjunto de valores descritos por Guazina (2021) como “antidemocráticos”, nomeadamente

1) a intolerância, 2) a imposição de barreiras simbólicas, territoriais ou negação de direitos a grupos étnicos/ou sociais como forma de garantir segurança aos grupos nativos e/ou privilegiados contra os riscos da instabilidade e da desordem, 3) a cultura do medo e da ameaça contra a cultura da liberdade, da transparência e da pluralidade, 4) a preservação de valores morais e/ou religiosos tradicionais contra os valores da diversidade, e a 5) obediência ou lealdade a lideranças fortes que oferecem soluções fáceis para problemas complexos (p. 51).

Apontando Jair Bolsonaro no Brasil e Matteo Salvini na Itália como exemplos de líderes populistas bem-sucedidos, Guazina (2021) frisa ainda “o cunho *antiestablishment* e antiesquerda, e a polarização nós versus eles” como marcas discursivas típicas da direita populista (p. 51). No âmbito deste discurso polarizado, antiesquerdista e autoritário, podemos encontrar também um dos elementos do populismo apontados por Mudde e Kaltwasser (2017): o povo enquanto “pessoas comuns”, aliado a uma conceção nativista, de “povo enquanto nação”, excluindo imigrantes e grupos étnicos minoritários (Guazina, 2021), sendo um elemento visível nas declarações feitas pelo líder do Chega sobre a comunidade cigana portuguesa.

Numa abordagem complementar, Mudde (2019) aponta para o autoritarismo típico da direita radical populista como “a crença numa sociedade com uma ordem rigorosa, na qual as infrações à autoridade têm de ser punidas severamente”. Todos os problemas são vistos como “questões essenciais de ordem pública, que só podem ser enfrentadas se houver uma abordagem punitiva, e só podem ser prevenidos através da reintrodução da 'moral' ou de uma educação 'tradicional' nas escolas” (p. 39). Olhando para o *Programa Político* do Chega e para algumas das *70 medidas para reerguer Portugal* (Afonso, 2019), é possível encontrar algumas das

marcas descritas nestes dois últimos parágrafos, em propostas como a revogação da lei da igualdade de género, a “proibição da propaganda LGBTI no sistema de ensino” (Afonso, 2019, p. 3), a introdução da prisão perpétua e da pena de castração química ou a redução do número de deputados na AR. Como será mostrado na análise do *corpus*, esta componente autoritária influencia os pseudocontecimentos produzidos pelos atores políticos da direita populista radical.

Direita populista radical e os media

A relação entre os *media* e a direita populista radical é bastante mais complexa do que pode aparentar. Nas palavras de Mudde (2020), “os meios de comunicação são amigos e adversários da ultradireita” (p. 115). Tendo em conta que o panorama mediático atual tem as suas raízes na democracia liberal e que o populismo, quer de direita quer de esquerda, surge como reação a esta, seria de esperar algum antagonismo ou uma postura ainda mais crítica por parte dos *media* e do jornalismo⁵. Contudo, embora haja ocasiões nas quais ela se confirma, como nos casos apontados por Marchi (2020a) em relação ao Chega, a posição é um pouco mais ambígua.

A realidade é que todos os *media*, sejam informativos ou de entretenimento, audiovisuais ou de imprensa, necessitam de cativar as audiências. Afinal de contas, é da publicidade que vem a maior parte ou a totalidade do financiamento dos meios de comunicação e o investimento publicitário será condicionado pela quantidade de leitores, ouvintes ou espectadores (Gomes, 1995). E a realidade é que, por muito que muitos profissionais jornalísticos vejam a direita populista radical “como um perigo para a democracia, também sabem que ela vende” (Mudde, 2020, p. 116). Muitas vezes, o estilo de comunicação inflamado, com mensagens contro-

5. Deve ter-se em conta que cobertura negativa não se traduz necessariamente num malefício para os atores políticos populistas, podendo estes beneficiar da simples visibilidade ou utilizar o tom crítico dos *media* como uma prova de aversão por parte do *establishment*, no qual os atores populistas incluem as instituições mediáticas (Esser, Stępińska & Hopmann, 2016).

versas e conteúdos possivelmente odiosos, acaba por gerar material noticioso bastante atrativo para jornalistas e *media* ansiosos por notícias⁶. Longe de ser accidental, este estilo comunicativo mostra um claro conhecimento das rotinas jornalísticas. Para compreender essas rotinas e a sua influência no comportamento político dos movimentos populistas, é necessário abordar dois temas essenciais para esta área: a necessidade de material noticioso constante por parte dos *media* e a teoria do *agenda-setting*.

Necessidade de material noticioso por parte dos *media* informativos

Apesar do seu dever primordial de informar o público, os *media* informativos necessitam de alcançar esse mesmo público para se manterem em atividade. Ao mesmo tempo, a periodicidade associada a todos os diferentes meios de comunicação força-os a uma procura constante de material noticioso, algo ainda mais visível nos *media* com periodicidade diária. Esta necessidade de conteúdos por parte dos *media* acaba por gerar uma situação de dependência em relação aos produtores de notícias, que no caso em análise correspondem aos diferentes atores políticos, que neste caso tanto podem ser os próprios titulares dos órgãos de soberania, como os agentes partidários ou membros dos vários grupos de influência.

6. João Figueira discorre sobre este tema nos seguintes termos:

à simplificação crescente dos discursos e narrativas dos atores políticos, sociais e outros que dessa forma satisfazem mais fácil e rapidamente o apetite voraz dos media e as suas necessidades de informação contínua, vem correspondendo uma lógica informativa ansiosa, imediata e, por conseguinte, também simplificadora. Uns e outros têm em comum o desejo de chegar ao maior número de pessoas e que estas prestem atenção ao que é dito e veiculado. A economia da atenção passa, assim, a estar entre os seus valores de ação numa disputa já sem quartel, tantos são os canais de comunicação disponíveis e utilizados, o que potencia e convida à prática da comunicação desintermediada (2021, p. 14-15)

Numa tentativa de poupar tempo e dinheiro, as redações jornalísticas tendem a fazer um *outsourcing* do seu material jornalístico, reproduzindo acriticamente conteúdos de comunicação político-partidária, como, por exemplo, os comunicados de imprensa. Este tipo de práticas deixa os profissionais jornalísticos vulneráveis perante as pressões dos *spin doctors* e de assessores de comunicação política. Para além disso, existem dois fatores que aumentam esta vulnerabilidade: o facto de os profissionais da comunicação pública existirem em muito menor número do que o dos jornalistas, e de este último grupo competir frequentemente entre si pelas atenções do público (Eberwein *et al.*, 2016).

A par disto, a recusa de noticiar determinadas iniciativas político-partidárias cria um risco de alienação dos militantes ou simpatizantes do partido que as realiza, algo que os diversos *media* pretendem evitar (Eberwein *et al.*, 2016).

Teoria do *agenda-setting*

A teoria do *agenda-setting* está ligada à ideia da atividade jornalística como influenciadora da opinião pública. Esta conceção foi proposta McCombs e Shaw (1972), e alvo de várias revisões pelos seus autores, afirmando que os *media* informativos têm uma capacidade significativa de influenciar a agenda pública, através dos temas que abordam, ou seja, através da precedente agenda noticiosa⁷ (Borges, 2010). Devido à credibilidade conferida pelo público aos profissionais do jornalismo (Coul-dry, 2019), esse mesmo público irá atribuir uma importância considerável às temáticas abordadas no âmbito mediático. Por outras palavras, os temas noticiados ou comentados pelos *media* serão alvo de discussão e debate pelo público, quer este partilhe

7. Rogers e Dearing (1996) afirmam que a generalidade dos *media* tende a destacar os mesmos temas, “colocando a mesma saliência num conjunto de assuntos” (p. 90). Rogers e Dearing (1996) apontam ainda que “os indicadores do real têm pouca importância na definição da agenda mediática”, sendo esta influenciada “pela atenção que redes organizadas de pessoas conseguem convocar relativamente a um problema” (p. 91).

das perspetivas dos agentes mediáticos ou não⁸. Associada a esta teoria está a ideia do jornalista enquanto *gatekeeper*, enquanto entidade selecionadora de quais matérias deverão ser noticiadas e quais deverão ser descartadas, em função de uma hierarquia de importância (White, 1950)⁹.

Como seria de esperar, depressa os restantes atores presentes na esfera pública, cientes desta capacidade dos *media* mesmo antes dela ter sido academicamente formulada, se apressam para influenciar a agenda mediática, com o objetivo de assim moldar a própria agenda pública (Borges, 2010; Rogers & Dearing 1996). Como afirma Correia (2020):

O reconhecimento da capacidade dos media em tornar relevantes os temas e em definir estes esquemas torna-se o desiderato de uma luta insanável por parte de vários agentes interessados: assessorias de comunicação, relações-públicas, movimentos sociais, classes sociais e grupos profissionais, think thanks, universidades, sociedades académicas e instituições de legitimação intelectual como prémios, academias, sociedades científicas, lobbies, etc. (p. 114).

Uma das consequências imediatas deste processo mediático pode ser a adaptação da atividade dos atores políticos à lógica mediática¹⁰, poden-

8. Esta conceção vai no mesmo sentido da teoria dos efeitos limitados, de acordo com a qual a influência dos *media* é “limitada pelo fluxo de comunicação a dois níveis (*two steps flow of communication*): os ‘líderes de opinião’ (*opinion leaders*), mais expostos aos *media*, interpretam as mensagens para os restantes membros do público, através das suas redes de relações interpessoais” (Borges, 2010, p. 138), contrariando os efeitos mediáticos totais e diretos sobre a opinião e o comportamento das pessoas que a teoria hipodérmica propunha (Sousa, 2006).

9. Tal como White (1950) já apontava no passado, este processo de decisão não cabe apenas a um jornalista, sendo feito por vários membros de uma mesma redação.

10. A lógica mediática traduz-se no “domínio dos processos societários dos valores-notícia e das estratégias narrativas que os *media* usam para tomar partido do seu próprio *medium* e formato, e para competirem na luta permanente pela atenção das pessoas”. Essas estratégias narrativas incluem “a simpli-

do esta, por vezes, chegar ao ponto de constituir o próprio núcleo da sua comunicação política¹¹. (Strömbäck, 2008; Strömbäck & Van Aelst 2013). Esta mediatização da política pode materializar-se numa situação de campanha permanente¹², na profissionalização da política, numa interação constante com o público como estratégia de governação (Strömbäck, 2008), ou ir até mais longe ao adaptar-se às necessidades e aos próprios critérios de noticiabilidade dos *media*, ou seja, à lógica mediática noticiosa¹³: uma medida adotada neste âmbito seria a criação de ligações pessoais entre os jornalistas e os assessores de imprensa ou os próprios atores políticos, através, por exemplo, de encontros num contexto informal ou do fornecimento de informação confidencial e exclusiva; por outro lado, os agentes políticos procederiam à organização de iniciativas destinadas a atrair os *media* e a providenciar informação em formatos e horários conformes às rotinas de produção mediáticas, como no caso das conferências de imprensa (Strömbäck & Van Aelst, 2013).

ficação, a polarização, a intensificação, a personalização, a visualização, a estereotipação, e o enquadramento da política como um jogo estratégico ou uma ‘corrida de cavalos’” (Strömbäck, 2008, p. 233).

11. A adoção da lógica mediática acontece quando os atores políticos e sociais não só se adaptam a esta e aos valores-notícia predominantes como os internalizam e permitem que eles, mais ou menos conscientemente, “se tornem numa parte integral do processo dirigente” (Strömbäck, 2008, p. 239-240). Thomas Meyer denomina este processo de “colonização mediática da política” (2002).

12. O conceito de campanha permanente foi popularizado por Blumenthal em 1980, referindo-se à “junção das técnicas de campanha política com o ato de governar, o que transforma a governação num ato de campanha perpétua e o governo num instrumento desenhado para sustentar a popularidade de um governante ou representante eleito” (Conaghan & De la Torre, 2008, p. 267).

13. Strömbäck e Van Aelst descrevem a lógica mediática noticiosa como “as características institucionais, tecnológicas e sociológicas dos *media* noticiosos”, atributos esses que incluem “o formato, a produção e a disseminação de rotinas, normas e necessidades, critérios de noticiabilidade e regras formais e informais que governam os meios de comunicação informativos” (2011, p. 373).

Este efeito é especialmente visível no caso dos atores populistas. Sendo integrantes de partidos frequentemente externos ao arco de governação, os políticos populistas têm maior dificuldade, pelo menos à partida, em atrair as atenções dos *media* e fazer com que as suas propostas e valores entrem na agenda pública. Essa necessidade maior de saliência mediática dos seus valores, leva-os a adotar um discurso mais inflamado ou a defender posições consideradas fraturantes¹⁴, no sentido de dominar a agenda pública. Ao mesmo tempo, o surgimento recente das redes sociais forneceu aos movimentos populistas uma forma de contornar o *gatekeeper* das redações ou estúdios jornalísticos, conseguindo lançar as suas temáticas na audiência pretendida e, até mesmo, atrair as atenções dos próprios jornalistas, cujo enfoque nos acontecimentos online, em detrimento dos acontecimentos no Mundo físico, é cada vez maior¹⁵ (Mudde, 2020).

Pseudoacontecimentos

O conceito “pseudoacontecimento” foi introduzido por Boorstin na sua obra *Image: A Guide to Pseudo-events in America* (1992). De acordo com o historiador norte-americano, os pseudoacontecimentos correspondem a eventos “não-espontâneos, ocorrendo apenas porque alguém os planeou, colocou ou incitou”, com o propósito principal e imediato de serem “reportados e reproduzidos” (1992, p. 1). Boorstin (1992) acrescenta ainda outras duas características-chave: uma relação ambígua com a realidade noticiada, sendo essa ambiguidade

de o que gera o interesse no público¹⁶, e o carácter de “profecia que se cumpre a si própria” (p. 11), inculcando a mensagem veiculada nas mentes da audiência¹⁷.

Boorstin (1992) atribui o surgimento dos pseudoacontecimentos às crescentes expectativas do público em relação à produção de conteúdos noticiosos. Este crescimento dos anseios da audiência resultaria de dois fatores: a melhoria das condições de vida do próprio público, que levaria a uma maior exigência para com os produtores de conteúdos, vistos como prestadores de um serviço; e a proliferação dos *media* informativos desde a segunda metade do século XIX até ao final do século XX, que levaria a uma maior concorrência entre os meios de comunicação e, conseqüentemente, a um incremento da produção de material noticioso. Nas suas palavras:

Nos últimos cem anos”... “tudo mudou. Nós esperamos ver os jornais cheios de notícias. Se nenhuma notícia estiver visível para o leigo ou para o cidadão comum, continuamos a esperar que a informação esteja lá para o jornalista com iniciativa. O repórter bem-sucedido é aquele que consegue encontrar uma história, mesmo se não tiver acontecido nenhum terramoto nem nenhum assassinato ou guerra civil. Se ele não conseguir encontrar uma história, então deverá criar uma a partir das perguntas que faz a figuras públicas, do surpreendente interesse humano que desvenda de algum acontecimento corriqueiro, ou das ‘notícias por trás

14. Esta não é uma prática exclusiva da direita populista radical, sendo também apontado o caso do Centro Democrático Social – Partido Popular (CDS-PP) e do BE nas eleições legislativas de 2009 (Cunha, 2010).

15. Mudde (2020) comenta este último ponto:

uma vez que muitos jornalistas vivem no Twitter e alguns confundem a sua linha de tempo com um exemplo representativo do mundo real, os astutos utilizadores de redes sociais de ultradireita, de Matteo Salvini a Richard Spencer, conseguiram chegar a uma audiência muito superior à dos seus próprios seguidores (p. 119).

16. A ambiguidade característica dos pseudoacontecimentos está ligada à continuidade enquanto valor-notícia (Traquina, 2007). Os exemplos apresentados por Boorstin (1992) correspondem a anúncios de revelações que seriam feitas em conferências de imprensa, sendo o alerta dado aos *media* pelo político revelador no dia anterior ao do pseudoacontecimento. O mesmo aconteceria no caso das fugas de informação por parte de agentes governamentais, nunca sendo reveladas na sua totalidade pelos meios de comunicação, o que potencia assim uma maior quantidade de conteúdos noticiosos.

17. Boorstin (1992) aponta como exemplo uma notícia sobre o trigésimo aniversário de um hotel, descrito como “uma instituição distinta”, o que faria com o que próprio público associasse essa distinção ao estabelecimento em questão (p. 11).

das notícias'. Se tudo isto falhar, então deverá dar-nos 'uma 'composição'— um conjunto de factos bem conhecidos ou uma especulação de algo alarmante que esteja para acontecer (Boorstin, 1992, p. 8).

No mesmo sentido, o próprio desenvolvimento dos aparatos tecnológicos ao longo do século XX havia gerado condições propícias à proliferação dos pseudocontecimentos: o arranque do jornalismo radiofónico na década de 20, a consolidação do fotojornalismo nos anos 30, 40 e 50¹⁸ e o advento do jornalismo televisivo nas décadas posteriores levariam à criação de conteúdos mediáticos mais atractivos para o público do que a própria realidade que representavam. O surgimento dos canais noticiosos, cujas 24 horas de programação eram compostas na sua totalidade por conteúdo informativo, e a utilização cada vez mais frequente das reportagens em direto acentuariam as circunstâncias propícias aos pseudocontecimentos: a necessidade cada vez maior de conteúdos para preencher as grelhas de programação conduzia a um planeamento cada vez maior dos conteúdos a reportar, i.e., a uma menor espontaneidade. Nas palavras do próprio Boorstin (1992), “a recolha de notícias transformou-se em criação de notícias” (p. 14).

Os pseudocontecimentos podem apresentar diversas formas. As conferências de imprensa foram o primeiro género de pseudocontecimento a ser utilizado. No entanto, “todo o tipo de pseudocontecimentos (sendo planeado) tende a tornar-se ritualizado, com o seu próprio protocolo e a sua própria rigidez”, gerando a necessidade de produzir “outras formas, derivadas, de pseudocontecimentos que sejam mais fluidas, mais estimulantes, e mais ambigualmente interessantes”, como, por exemplo, os já mencionados *leaks* ou fugas de informação (Boorstin, 1992, p. 33).

Num contexto de necessidade de produção noticiosa para captação de públicos, a produção de pseudocontecimentos torna-se num instrumento

político frequente para atração de atenções mediáticas, conseguindo assim influenciar as agendas dos próprios *media*.

À semelhança de outras práticas comunicativas, os pseudocontecimentos podem abordar diversas temáticas. Como será mostrado na apresentação dos resultados, existem dois temas abordados por pseudocontecimentos que devem ser mencionados neste trabalho: as questões de género e a corrupção por parte dos atores políticos.

Valores-notícia

Para entender como os pseudocontecimentos produzidos pelo Chega foram veiculados pelos dois *media* mencionados, é necessário identificar quais critérios estiveram por trás de seleção de cada assunto noticiado e da construção de cada uma das notícias, i.e., quais critérios de noticiabilidade ou valores-notícias foram utilizados. De acordo com Nelson Traquina (2007), o conjunto de valores-notícia pode ser dividido em duas categorias:

- Valores-notícia de seleção, utilizados para selecionar os acontecimentos a transformar em notícia, esquecendo outros eventos. Estes estão divididos em dois subgrupos:
 - Critérios substantivos, respeitantes “à avaliação direta do acontecimento em termos da sua importância ou interesse como notícia” (p. 186). Neste caso, falamos sobre critérios como a morte, a notoriedade, a proximidade, a relevância temática, a novidade, o tempo, a notabilidade, o inesperado, a controvérsia ou o conflito e a infração.
 - Critérios contextuais, que dizem respeito “ao contexto de produção noticiosa” (p. 186). Neste conjunto encontram-se valores-notícia como a disponibilidade, o equilíbrio, a visualidade, a concorrência e o dia noticioso.
- Valores-notícia de construção, que se referem à elaboração da própria notícia, funcionando como “linhas guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário

18. Terence P. Moran (2010) descrevia as décadas de 1930, 1940 e 1950 como “a Idade de Ouro do Fotojornalismo” (p. 181).

nessa construção” (pp. 186-187). Neste caso, os valores que orientam a conduta jornalística são a simplificação, a amplificação, a relevância dada pelo jornalista, a personalização, a dramatização e a consonância.

Metodologia

Na introdução do presente trabalho foram colocadas duas dúvidas referentes à hipótese de veiculação de pseudocontecimentos pelos *media* impressos portugueses: será que os pseudocontecimentos produzidos pelos Chega tiveram acolhimento nos *media* informativos portugueses durante o período eleitoral? Em caso dessa hipótese se confirmar, como foram veiculados esses pseudocontecimentos? Para responder a estas perguntas, procedeu-se à delimitação de um *corpus* de análise.

Com vista a garantir um acesso a material noticioso inalterado, no seu estado bruto, a opção recaiu sobre meios de comunicação impressos. O Relatório da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) sobre a cobertura jornalística das eleições legislativas de 2019, relativo à imprensa, refere um conjunto de nove *media*: o *Correio da Manhã*, o jornal *I*, o *Jornal de Notícias*, o jornal *Público*, o *Diário de Notícias* (apenas com tiragem semanal na época), o semanário *Expresso*, o semanário *Sol*, a revista *Sábado* e a revista *Visão*. Para delimitar o período temporal a analisar, foi identificado o intervalo de tempo correspondente ao denominado “período eleitoral”, ou seja, ao conjunto composto pelos períodos de campanha eleitoral e de pré-campanha¹⁹, com o objetivo de obter uma análise mais abrangente. De acordo com o artigo 3º da lei n.º 72-A/2015, de 23 de julho, a pré-campanha eleitoral corresponde “ao período compreendido entre a data da publicação do decreto que marque a data do ato eleitoral e a data de início da respetiva campanha”²⁰, sendo as datas

de início e fim da campanha eleitoral as que se encontram “fixadas na lei eleitoral”²¹. Estes artigos remetem assim para o decreto do Presidente da República n.º 45-A/2019 de 1 de agosto, que estabelece o dia 6 de outubro de 2019 como data das eleições legislativas, e para o artigo 53º da Lei Eleitoral da Assembleia da República, de acordo com o qual “o período de campanha eleitoral se inicia no 14.º dia anterior e finda às 24 horas da antevéspera do dia designado para as eleições”. Nestes moldes, as edições dos meios de comunicação acima referidos que serão objeto da análise do presente trabalho integram o período entre o dia 1 de agosto de 2019, data do início da pré-campanha, e o dia 6 de outubro. Nesse sentido, foram recolhidas todas as peças noticiosas respeitantes ao Chega dentro desse período, correspondendo a um total de 189 peças recolhidas.

No entanto, duas informações obtidas durante a observação do *corpus* obrigam a afunilar ainda mais o objeto de análise: dos nove meios de comunicação selecionados, apenas o jornal *I* e o *Correio da Manhã* noticiaram os pseudocontecimentos produzidos pelo partido liderado por André Ventura, e tendo todas as notícias sido publicadas durante o período de pré-campanha. Nesse sentido, o *corpus* ficaria reduzido a apenas 86 artigos, sendo 54 do jornal *I* e 42 do *Correio da Manhã*. No entanto, desses 86, apenas seis veiculam os já referidos pseudocontecimentos. Por esse motivo, a análise integrante do presente trabalho incidirá sobre essas seis peças, sendo cinco do jornal *I* e uma do *Correio da Manhã*.

Antes de definir a metodologia de análise qualitativa, é necessário estabelecer um conjunto de pressupostos basilares para a observação dos dados. Para esse efeito, será seguida a posição de Emília Ribeiro Pedro (1997) relativamente à análise de textos informativos, com base na Análise Crítica do Discurso:

1. Apesar de a história real ser, nos textos em análise, ao assunto, ou tópico, comum, a apresentação da história real varia de modos bastante substanciais;

19. O conceito de “período eleitoral” encontra-se definido no número 1 do artigo 3º da Lei n.º 72-A/2015 de 23 de julho, que estabelece o regime jurídico da cobertura jornalística em período eleitoral.

20. Expresso no número 2 do referido artigo.

21. Expresso no número 3 do referido artigo.

2. *esta variação da apresentação não é, de nenhum modo, apenas um problema de estilo do jornalista em questão, posto que as escolhas textuais são sempre o sinal de escolhas ideacionais e interpessoais, ou seja, dos modos como cada um de nós textualiza uma particular representação do mundo e do modo como expressa sua identidade e percebe a identidade do Outro. Neste sentido, estas escolhas posicionam o produtor textual em relação ao conteúdo proposicional, e termos de uma representação social e cognitiva particular da realidade, e de como, igualmente, o consumidor textual é posicionado em termos dos modos como a mensagem se adequa à sua própria representação do mundo;*
3. *Estas escolhas textuais são, de facto, estratégias ideológicas que revelam não apenas o posicionamento do autor relativamente à história real – o acontecimento específico que justifica a informação – mas também, as estratégias que usa para posicionar, de modo particular, os seus leitores. (p. 294).*

No entanto, a análise de um objeto de estudo deve também ser sempre precedida pela definição de um conjunto de etapas. Tal como no exemplo proposto por Isabel Ferin Cunha (2012), também a análise qualitativa do trabalho presente irá seguir o processo de análise proposto por Deacon *et al.* (1999). Os autores propõem a realização de cinco etapas ou, nas suas palavras, “estágios”. Contudo, os objetivos de investigação integrantes do presente trabalho implicam o recurso a apenas três desses estágios:

1. A análise da “estrutura temática” (Deacon *et al.*, 1999, p. 176), identificando a ordem dos temas abordados no texto e a “conceção ou proposição-chave” que lhe serve como fio condutor.
2. O exame do “esquema discursivo que percorre o texto e atua como um mecanismo organizador geral” (Deacon *et al.*, 1999, p. 176), necessitando que sejam identificadas duas estratégias de discurso noticioso:
 - A estrutura sequencial, que diz respeito “à organização e ao contorno narrativo gerais a partir dos quais as notícias são construídas”, sendo os temas classifi-

cados “em função da sua acreditação e importância” (Deacon *et al.*, 1999, p. 176). Isso implica “uma identificação prévia das posições e dos valores adotados por cada fonte”, explicando depois o acontecimento noticiado: quem o fez, quais as circunstâncias, as consequências possíveis e os comentários. Além disso, torna-se necessário também “entender como esta ordem de fontes priorizadas e relegadas se relaciona com a estrutura subliminar” das peças em análise (Deacon *et al.*, 1999, pp. 176-177).

→ Os procedimentos de enquadramento²², no que se relaciona com “a divisão das vozes citadas no texto em protagonistas e antagonistas”, para entender “como uns são colocados em relação com os outros”. No caso desta estratégia discursiva noticiosa, também é necessário ter atenção às características textuais que influenciam a forma como a realidade representada é enquadrada, como o uso de determinados verbos ou figuras de estilo (Deacon *et al.*, 1999, p. 177).

3. A análise da escolha lexical, enquanto suporte da estrutura temática da narrativa jornalística. No ponto de vista de Deacon *et al.*, a importância da escolha lexical resulta do facto de esta “revelar certas crenças ideológicas e valores subjacentes a certas histórias”, para além de “providenciar ainda mais provas sobre a for-

22. O enquadramento corresponde à “seleção de alguns aspetos de uma realidade compreendida, tornando-os mais salientes,” i.e., mais noticiáveis, significativos ou memoráveis, “num texto comunicativo, de forma a promover” algo para “um item descrito”: uma definição, uma interpretação causal, uma avaliação moral ou uma recomendação de tratamento (Entman, 1993, p. 52). Para esse efeito, é necessário que exista um produtor de texto e um comunicador que decide o enquadramento a adotar de acordo com o seu sistema de crenças. O enquadramento será recebido pelo recetor, i.e., o leitor ou o espectador. Note-se que tanto o comunicador como o recetor também são condicionados pelos seus próprios enquadramentos a nível social, cultural ou profissional (Entman, 1993).

ma como as palavras numa notícia apoiam a estrutura semântica de uma narrativa” (1999, p. 178).

4. Por último, “a revisão das formas como as macroestruturas temáticas são mobilizadas em diferentes modos” (Deacon *et al.*, 1999, p. 178).

Com base nos pressupostos metodológicos expostos acima e no enquadramento teórico exposto no capítulo anterior, as seis peças integrantes do *corpus* serão objeto, em primeiro lugar, de uma análise sistemática que se identificarão: as data de publicação das notícias analisadas, com vista a identificar em qual fase do período eleitoral é predominante na veiculação dos pseudocontecimentos produzidos pelo Chega; as páginas do *medium* nas quais esses pseudocontecimentos são veiculados, para aferir a importância que o meio de comunicação em questão lhes atribui; os temas abordados; e a sua continuidade ou ausência de continuidade em notícias posteriores. Posteriormente, será feita uma descrição narrativa da forma como os pseudocontecimentos produzidos pelo Chega foram propagados pelos dois meios de comunicação aqui analisados.

Resultados de análise

Uma observação da Figura 1 mostra que a totalidade dos pseudocontecimentos ocorreu durante a pré-campanha eleitoral, concentrando-se no final do mês de agosto e no início do mês de setembro. Já em relação à página na qual na notícia é colocada, i.e. ao destaque atribuído à peça, é possível ver que ambos os *media* analisados coloram a peça num lugar de relevo: embora o *Correio da Manhã* tenha publicado a sua única peça na página 28 (anexo 1), o jornal diário do Grupo Cofina coloca-a na segunda de quatro páginas ocupadas pela editoria de Política. Já o jornal *I* colocou todas as notícias aqui analisadas no espaço entre as páginas 6 e 7, algo ainda mais relevante se se tiver em conta que o diário da Newsplex tem uma dimensão inferior ao *Correio da Manhã*, sendo composto por pouco mais de 40 páginas. Já no tocante às temáticas, a corrupção por parte de atores políticos é predominante, existindo apenas um artigo sobre questões de género, mais especificamente sobre a oposição do Chega ao despacho do Ministério da Educação que permitia aos estudantes transgénero a utilização da casa de banho correspondente ao género com o qual se identificam (anexo 2). Por fim, é possível notar que apenas duas das seis peças ana-

<i>Medium</i>	Data	Peças	Página	Temas	Continuidade
Correio da Manhã	10/09/2019	Ação em Évora	28	Corrupção por parte de atores políticos	Não
I	21/08/2019	Chega quer levar Governo a tribunal por lei sobre género	9	Questões de género	Não
I	04/09/2019	Ventura faz vigília no Constitucional	7	Corrupção por parte de atores políticos	Não
I	06/09/2019	Chega pede a líderes de PSD, PCP e Aliança que renunciem a subvenções	7	Corrupção por parte de atores políticos	Sim
I	10/09/2019	Ventura lança campanha na prisão	6	Corrupção por parte de atores políticos	Sim
I	11/09/2019	Vara rejeitou receber Ventura	7	Corrupção por parte de atores políticos	Não

Figura 1. Notícias veiculadoras de pseudocontecimentos do Chega durante o período eleitoral legislativo de 2019

lisadas tiveram continuidade em notícias posteriores (anexos 4 e 5), dizendo respeito, nestes dois casos, ao anúncio por parte de André Ventura de apresentação da sua candidatura às eleições legislativas à porta do estabelecimento prisional de Évora, onde se encontrava detido o antigo deputado e ministro socialista Armando Vara.

Descrição narrativa

Como já foi referido anteriormente, o jornal *I* veicula os pseudocontecimentos produzidos pelo Chega em apenas cinco artigos. O primeiro caso ocorre ainda no período da pré-campanha: na página 9 da edição de 21 de agosto surge uma breve na qual o Chega anuncia a sua intenção de interpor uma providência cautelar contra o governo português, em resultado de “um despacho sobre a lei do direito à autodeterminação da identidade e expressão de género” (anexo 2). O mesmo artigo cita as declarações publicadas por André Ventura no Facebook no dia anterior: “Mas agora qualquer rapaz que se sinta rapariga pode frequentar a casa de banho feminina?”. Contudo, o elemento característico desta peça não se prende com a exposição dada a essa posição do Chega. A realidade é que o partido nunca chegou a submeter a referida providência cautelar, mas tinha o pleno conhecimento do carácter fraturante das questões de género, sabendo que iria gerar material noticioso.

Treze dias depois, os pseudocontecimentos promovidos pelo Chega voltariam a ter eco nas páginas do jornal *I*. Um *filet* publicado na página 7 da edição de 4 de setembro noticia o anúncio de uma vigília no Tribunal Constitucional “para protestar contra a atribuição de pensões vitalícias a políticos condenados por crimes públicos” (anexo 3). Esse tema volta a motivar um pseudocontecimento, desta vez a entrega de um documento nas sedes do PSD, PCP e Aliança, a 5 de setembro, documento esse no qual o Chega exige que os líderes dessas forças políticas abduquem das suas subvenções vitalícias. À semelhança da iniciativa do Chega do dia 4, também esta foi objeto de uma notícia na página 7 da edição do dia seguinte, 6 de setembro, dando ainda azo para que André Ventura se apresentasse de forma distinta dos três parti-

dos que criticava nesta ação, afirmando: “Agora percebemos porquê só o Chega toca neste tema” (anexo 4). Tanto na edição do dia 4 como na do dia 6, André Ventura aproveitou a cobertura noticiosa para apontar para o exemplo do antigo deputado e ministro socialista Armando Vara, que se encontrava detido no Estabelecimento Prisional de Évora nessa época. O jornal *I* acabava a peça noticiosa de 6 de setembro com uma informação sobre a pena de prisão a que o ex-ministro havia sido condenado e a pensão mensal que continua a receber, como elemento de credibilidade dado às ações do Chega.

Numa materialização do valor noticioso de continuidade, este dirigente político viria a ser objeto de mais um pseudocontecimento por parte de André Ventura e do seu partido: a 9 de setembro, o presidente do Chega anuncia²³ que a apresentação oficial da sua candidatura às eleições legislativas se irá realizar no dia 10 de setembro junto ao estabelecimento prisional acima referido, acrescentando ainda que exige ao ex-dirigente socialista que renuncie à sua subvenção vitalícia, e que pretende ser recebido pelo político em questão ou pelo diretor da prisão. O jornal *I*, na edição da mesma data do pseudocontecimento, publica uma notícia de antecipação com o anúncio do líder populista numa breve na página 6 (anexo 5), coincidindo com outra com o mesmo conteúdo na página 28 da edição da mesma data do *Correio da Manhã* (anexo 1). O jornal *I* daria continuidade a este pseudocontecimento na página 7 do dia seguinte, com o título “Vara rejeitou receber Ventura”, que acaba com uma citação de uma publicação do líder do Chega nas redes sociais: “estava à porta da prisão de Évora para ‘exigir aos corruptos que devolvam as subvenções vitalícias’” (anexo 6).

Conclusão

O trabalho presente resultou de uma vontade de compreender se os pseudocontecimentos produzidos pelo Chega teriam sido acolhidos pelos *media* portugueses e como haviam sido veiculados. A

23. Num vídeo publicado na página de Facebook do partido.

crescente relevância política deste partido recente torna a compreensão das suas práticas comunicativas ainda mais necessária.

A análise dos pseudocontecimentos produzidos pelo Chega e a sua consequente receção pelos meios de comunicação portugueses criou a necessidade de uma explicitação sobre o populismo, sobretudo o populismo de direita, no qual o Chega se insere. Para além disso, foi também abordada a sua relação com os *media* e o resultante populismo mediático. Após enquadrar teoricamente esta análise, tornou-se necessário realizar um estudo empírico da veiculação dos já referidos pseudocontecimentos produzidos pelo partido liderado por André Ventura. Pelas razões mencionadas na metodologia, apenas foram analisados o jornal *I* e, apenas numa peça, o *Correio da Manhã*, optando-se pelo estudo qualitativo dos artigos sobre o Chega publicados entre 1 de agosto de 2019 e 13 de outubro do mesmo ano. Essas datas dizem respeito, respetivamente, ao início da pré-campanha e ao sétimo dia após a realização do ato eleitoral legislativo.

Olhando para os resultados é possível constatar que, como já foi mencionado no enquadramento teórico relativo aos pseudocontecimentos, a veiculação dos pseudocontecimentos produzidos pelo Chega se cingiu ao período de pré-campanha eleitoral, concentrando-se no final do mês de agosto e no início do mês de setembro de 2019. No mesmo sentido, os *media* analisados deram algum destaque aos pseudocontecimentos que noticiaram, colocando-os em páginas iniciais, no caso do jornal *I*, e nas primeiras páginas da sua editoria de Política, no caso do *Correio da Manhã*. Para além disso, também é visível que essa mesma veiculação ficou circunscrita às questões de género e à corrupção. No entanto, também é possível notar que o jornal *I* privilegiou a continuidade e o conflito ou a controvérsia enquanto valores-notícia norteadores da sua transmissão noticiosa de pseudocontecimentos, para além da óbvia notoriedade associada aos atores políticos envolvidos.

Os dados resultantes desta análise mostram também que, entre nove *media* portugueses impressos, apenas o jornal *I* e o *Correio da Manhã* veicularam os pseudocontecimentos produzidos pelo Chega, levando a questionar o porquê de apenas

estes dois meios de comunicação o terem feito. O facto de André Ventura ser um colunista semanal no *Correio da Manhã*, assim como de outro *medium* do grupo Cofina, a CMTV, poderia ser um motivo, enquanto indício de uma relação mais próxima entre o jornal referido e o seu partido. No mesmo sentido, embora o estatuto editorial do jornal *I* o descreva como um meio de comunicação “rigorosamente independente de partidos políticos, organizações económicas, igrejas ou seitas” e existam inclusivamente artigos escritos por políticos ligados a partidos de esquerda, a maioria do espaço de opinião é ocupado por personalidades ligadas à direita portuguesa, incluindo dirigentes do Chega como o atual presidente do Conselho de Jurisdição, Rodrigo Alves Taxa e, esporadicamente, o próprio André Ventura (Maia Martins, 2022). Contudo, estes fatores não oferecem uma explicação suficiente.

As abordagens dos dois jornais analisados, assim como a não-veiculação de pseudocontecimentos pelos restantes *media*, poderiam ter sido esclarecidas por elementos das suas direções. No entanto, como não foi realizada qualquer entrevista aos seus integrantes, as motivações de cada um dos meios de comunicação ficarão em aberto.

No mesmo sentido, é necessário reconhecer que a amostra analisada no presente trabalho é bastante diminuta, referindo-se a apenas um período eleitoral. Terão os dois anos de funções parlamentares de Ventura e a recente eleição de mais onze deputados levado a alterações na veiculação de pseudocontecimentos? Como terá o líder do Chega sido noticiado durante a sua campanha eleitoral para as eleições presidenciais de 2021? Até se realizar uma investigação adicional sobre esse mesmo tema, não será possível responder.

Referências bibliográficas

- [1] Afonso, N. (2019). *70 medidas para reerguer Portugal*. CHEGA. <https://partidochega.pt/wp-content/uploads/2019/09/70-MEDIDAS-PARA-REERGUER-PORTUGAL-CHEGA.pdf>
- [2] Betz, H. G. (2003). Xenophobia, identity politics and exclusionary populism in Western Europe. *Socialist Register*, 39.
- [3] Blumenthal, S. (1980). *The permanent campaign: Inside the world of elite political operatives*. Beacon Press
- [4] Boorstin, D. J. (1992). *The image: A guide to pseudo-events in America*. Vintage.
- [5] Borges, S. (2010). Agendamento IN Correia, J.C., Ferreira, G.B., Espírito Santo, P. (Orgs.) (2010). *Conceitos de Comunicação Política. Série: Estudos em Comunicação* (pp. 137-144). Editora Universidade da Beira Interior.
- [6] Conaghan, C., & De la Torre, C. (2008). The permanent campaign of Rafael Correa: Making Ecuador's plebiscitary presidency. *The International Journal of Press/Politics*, 13(3), 267-284. <https://doi.org/10.1177/1940161208319464>
- [7] Correia, J. C. (2020). A teoria dos efeitos e a construção de agendas populistas In Camponez C., Ferreira, G. B., Rodríguez-Díaz, R. (Orgs.) (2020). *Estudos do Agendamento: Teoria, desenvolvimentos e desafios — 50 anos depois* (pp. 107-136). LabCom.
- [8] Couldry, N. (2019). *Media, Voice, Space and Power: Essays on Refraction*. Routledge.
- [9] Cunha, I. F. (2012). *Análise dos Media*. Imprensa da Universidade de Coimbra
- [10] Deacon, D., Pickering, M., Golding, M. & Murdock, Graham (1999). *Researching Communications: a practical guide to methods in media and cultural analysis*. Arnold.
- [11] Eberwein, T., Porlezza, C., & Splendore, S. (2015). Media as political actors. *The international encyclopedia of political communication*, 1-9. <https://doi.org/10.1002/9781118541555.wbiepc173>
- [12] Entidade Reguladora para a Comunicação Social (2019). *Relatório sobre a Cobertura Jornalística das Eleições Legislativas 2019 – Imprensa*. Entidade Reguladora para a Comunicação Social. <https://www.erc.pt/pt/estudos-e-publicacoes/relatorios-sobre-cobertura-jornalistica-de-eleicoes/relatorio-sobre-a-cobertura-jornalistica-das-eleicoes-legislativas-2019-imprensa>
- [13] Esser, F., Stepińska, A., & Hopmann, D. N. (2016). Populism and the Media: Cross-National Findings and Perspectives. In T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J. Strömbäck & C. d. Vreese (Eds.), *Populist political communication in Europe* (pp. 365-380). Routledge
- [14] Figueira, J. (2021, Maio-Setembro). Práticas jornalísticas e populismo políticomediático. *Jornalismo & Jornalistas*.
- [15] Gomes, W. (1995). Duas premissas para a compreensão da política espetáculo. *Revista de Comunicação e Linguagens*, 22, 299-338.
- [16] Guazina, L. S. (2021). Populismos de direita e autoritarismos: apontamentos teóricos para estudos sobre a comunicação populista. *Mediapolis—Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público*, (12), 49-66. https://doi.org/10.14195/2183-6019_12_3
- [17] Maia Martins, P. (2022). *Cobertura noticiosa do Chega nas eleições legislativas de 2019* [Dissertação de mestrado não publicada]. Universidade de Coimbra.
- [18] Marchi, R. (2020). *A Nova Direita Anti-Sistema – O Caso do Chega*. Almedina
- [19] McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36(2), 176-187.
- [20] Mudde, C. (2020). *O Regresso da Ultradireita. Da Direita Radical à Direita Extremista*. Editorial Presença
- [21] Norris, P., & Inglehart, R. (2019). *Cultural backlash: Trump, Brexit, and authoritarian populism*. Cambridge University Press.
- [22] Pedro, E. R. (1997). O discurso dos e nos media. In E. R. Pedro (Org.) (1997). *Análise Crítica do Discurso* (pp. 293-312). Caminho.
- [23] Rogers, E. M. & Dearing, J. W. (1996). *Agenda-setting* (Vol. 6). Sage.
- [24] Sá, A. F. (2021). *Ideias sem Centro: Esquerda e Direita no Populismo Contemporâneo*. Leya.
- [25] Scheuch, Erwin K., and Hans D. Klingemann (1967). Theorie des Rechtsradikalismus in westlichen Industriegesellschaften. *Hamburger Jahrbuch für Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik*, 12, 11–29.
- [26] Stoppino, M. (2008). Autoritarismo. In N. Bobbio, N. Matteucci & G. Pasquino. *Dicionário de Política*. vol. 1 (16th ed., pp. 94-104). Editora Universidade de Brasília.
- [27] Strömbäck, J. (2008). Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics. *The international journal of press/politics*, 13(3), 228-246. <https://doi.org/10.1177/1940161208319097>
- [28] Strömbäck, J. (2011). Mediatization of politics: Toward a conceptual framework for comparative research In Holbert, R.L. & Bucy, E.P. (Eds.) (2011). *Sourcebook for political communication research* (pp. 389-404). Routledge.

- [29] Strömbäck, J., & Van Aelst, P. (2013). Why political parties adapt to the media: Exploring the fourth dimension of mediatization. *International Communication Gazette*, 75(4), 341-358. <https://doi.org/10.1177/1748048513482266>
- [30] Sousa, J. P. (2006). *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media*. 2ª edição. BOCC
- [31] White, D. M. (1950). The “Gate Keeper”: A Case Study in the Selection of News. *Journalism Quarterly*, 27(4), 383–390. <https://doi.org/10.1177/107769905002700403>

Anexos

28 | POLÍTICA TERÇA-FEIRA 10 SETEMBRO 2019 CORREIO

POLÍTICA

PARTIDO SOCIALISTA



Lider do PS foi convidado pela Confederação do Turismo de Portugal para falar sobre o programa eleitoral para as próximas legislativas

SOBE RICARDO RIO
PRES. CÂM. DE BRAGA



Município vota hoje medidas fiscais que preveem descida da taxa máxima de IRS no concelho de 5% para 4% no ano de 2020.

DESCE BRUNO MAÇES
EX-SEC. DE ESTADO



Ex-governante viu o lançamento do livro "O despertar da Eurásia" ser adiado na China devido à "censura" daquele país.

BREVES

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA RESPONDE A CRISTAS
O Ministério da Agricultura diz que só 10 456 candidaturas estão em processo de análise, a maioria de concursos recentemente abertos, depois de o CDS ter afirmado que há 22 mil candidaturas a fundos agrícolas em atraso.

CHEGA AÇÃO EM ÉVORA
O Chega vai fazer hoje a apresentação da candidatura às legislativas junto ao Estabelecimento Prisional de Évora. A escolha de local tem a ver com a intenção de André Ventura entregar uma carta aberta ao ex-ministro Armando Vara pedindo-lhe que renuncie à subvenção vitícola.

NÓS, CIDADÃOS! AVAL A UM GOVERNO
O Nós, Cidadãos! quer a sociedade civil no Parlamento e admite viabilizar um Governo, seja de esquerda ou de direita. "O governo Passos Coelho castigou os portugueses com pessimismo. O governo António Costa serve muito otimismo. Nós não fazemos uma coisa nem outra", diz o Mendo Castro Henriques.

DEBATE ENTRE PSD E PAN

Divididos pelo apoio a animais

O líder do PSD, Rui Rio, acusou ontem o PAN, num debate na RTP com André Silva, porta-voz deste partido, de ter uma "visão fundamentalista" nas matérias que dizem respeito à defesa dos animais. Durante o debate, Rio frisou que a primeira lei neste âmbito, de 1995, foi de iniciativa social-democrata. Já André Silva acusou o PSD de não ter no seu programa "uma única proposta para a proteção animal".

Costa avisa o PSD que "não há um plano B"

INFRAESTRUTURAS • Líder socialista critica Rui Rio pelas dúvidas levantadas no que toca ao novo Aeroporto do Montijo **LOCALIZAÇÃO** • Sociais-democratas propõem apreciar de novo Alcochete

JOSÉ CASTRO MOURA
O secretário-geral do PS criticou as dúvidas do PSD sobre a localização do Montijo do novo aeroporto de Lisboa. "Não há plano B", afirmou António Costa no final de um almoço, em Lisboa, promovido pela Confederação do Turismo de Portugal. "Qualquer outra solução comprometeria muito fortemente a dinâmica de crescimento do turismo. Temos de desenvolver uma linha de trabalho que não devolva o País à incerteza do que vai acontecer a seguir", alertou Costa, considerando essencial que não se desfaça o consenso político alcançado no

parlamento sobre a solução para complementar o aeroporto da Portela. O primeiro-ministro apelou a que, após décadas de impasse, se seja claro e que não existam "hesitações" ou "criatividades" sobre infraestruturas tão importantes para o País como esta. As críticas do líder do PS tiveram como alvo o programa eleitoral social-democrata que propõe a reapreciação de Alcochete para a localização do novo aeroporto. "Não posso deixar de manifestar muita apreensão quando vejo o principal partido da oposição a apresentar, não só novas dúvidas existenciais sobre os projetos de alta velocidade (fer-

PSD quer estudar de novo alternativa de Alcochete

O programa eleitoral do PSD para as eleições legislativas propõe uma "reapreciação da solução Alcochete" para o novo aeroporto de Lisboa mesmo que, para isso, seja necessário "uma renegociação das condições contratuais da concessão" com a ANA - Aeroportos de Portugal que, em janeiro, assinou com o Governo um contrato no montante de 1,15 mil milhões de euros para transformar, até 2028, a base aérea do Montijo. •

roviária), mas, sobretudo, a colocar em causa a opção já tomada para que o desenvolvimento da capacidade aeroportuária de Lisboa seja complementada com o aeroporto do Montijo", avisou Costa. "Novas hesitações seriam uma fortíssima ameaça à continuidade da atividade turística do País e ao crescimento deste setor fundamental para gerar emprego e dinamizar outras atividades económicas", alertou o chefe de Governo perante os membros da Confederação do Turismo de Portugal que promove um ciclo de debates com líderes partidários a propósito das próximas eleições legislativas. António Costa foi o primeiro convidado, seguindo-se Rui Rio, do PSD e Assunção Cristas, do CDS. •



Costa inspira-se na EN2 para fazer campanha eleitoral

CHAVES O líder do PS, António Costa, esteve ontem em Chaves, onde está registado o quilómetro zero da Estrada Nacional 2 (EN2), que liga Vila Real a Faro ao longo de 700 quilómetros. “É uma fonte de inspiração. Agora que em outubro vamos começar uma nova etapa, nada como começarmos no quilómetro zero para ganharmos novas forças”, disse ao lado da mulher, Fernanda Tadeu.

BE pede soluções nos consulados para pensões de emigrantes

LISBOA O Bloco de Esquerda defende a “criação urgente de células competentes nos consulados” para que os emigrantes deixem “de andar a ser empurrados dos serviços da Segurança Social portugueses para os serviços homólogos dos países de acolhimento” no momento de pedirem a reforma a que têm direito. A proposta faz parte do programa eleitoral do BE.

Chega quer levar Governo a tribunal por lei sobre género

LISBOA O líder do Chega, André Ventura, anunciou que vai avançar para os tribunais por causa de um despacho sobre a lei do direito à autodeterminação da identidade e expressão de género. “Mas agora qualquer rapaz que se sinta rapariga pode frequentar a casa de banho feminina?” atirou Ventura no Facebook. O Chega está a avaliar uma providência cautelar.

MPT quer eleger um deputado na Madeira

FUNCHAL O Partido da Terra-MPT tem a esperança de vir a eleger um deputado nas eleições regionais da Madeira no próximo dia 22 de setembro. Váler Rodrigues, empresário de 38 anos, é o rosto do partido na Madeira, apesar de concorrer como independente. “Vamos trabalhar para termos representação”, disse, citado pela *Lusa*, admitindo as dificuldades.

Fátima

PSD quer juntar mil autarcas

ENCONTRO EM FÁTIMA Os Autarcas Sociais-Democratas (ASD) estão a organizar um encontro em Fátima no próximo dia 10 de setembro, inserido no período de pré-campanha eleitoral. O objetivo é demonstrar a força do poder local no PSD e, por isso, o presidente dos ASD, Hélder Sousa Silva, estimou ao *SOL* a presença de 800 a mil autarcas na reunião.

CONVITE POR EMAIL O convite para os autarcas e dirigentes seguiu ontem por *email*, sendo solicitados “os bons ofícios na mobilização” interna do PSD. O evento incluirá debates e um jantar, que custará dez euros. Está prevista uma sessão de perguntas com o presidente do partido, Rui Rio, que “não tem custos”, assegura-se no convite. A única exigência é a inscrição para o debate.

CRÍTICOS ORADORES O encontro é dividido em dois grandes temas de debate: ambiente e alterações climáticas e autarquias do séc. XXI. Neste último ponto, um dos oradores convidados é o autarca de Cascais, Carlos Carneiras, que tem sido muito crítico da atuação e da estratégia do presidente do PSD, Rui Rio. A seu lado terá Alcino Lavrador, presidente da Altice Labs, Luís Newton, presidente da Junta de Freguesia da Estrela, em Lisboa, Miguel Castro Neto, ex-secretário de Estado, e Ricardo Rio, presidente da Câmara de Braga. O moderador é o autarca de Viseu, Almeida Henriques.

Rui Rio. “Não é em cima das eleições que vamos acordar o que quer que seja”

Líder do PSD e António Costa estiveram nas festas da Senhora d'Agonia mas não se cruzaram.

O líder do PSD e o primeiro-ministro tinham previsto à mesma hora uma visita à Romaria de Nossa Senhora d'Agonia, com destaque para a tradicional confeção dos “Tapetes Floridos”, em Viana do Castelo, na passada segunda-feira à noite. Rui Rio e António Costa não se cruzaram, mas ficou claro que o discurso de consensos ou entendimentos não faz parte do léxico de campanha eleitoral das legislativas de 6 de outubro.

“O diálogo uns com os outros tem o seu tempo próprio e não é agora, não é em cima das eleições que vamos acordar o que quer que seja”, venceu Rui Rio, sendo solicitado “os bons ofícios na mobilização” interna do PSD. O presidente social-democrata insistiu que o momento pré-eleitoral “não é para fazer acordos nenhuns”.

O presidente do PSD percorreu a romaria e garantiu aos jornalistas que não andava a evitar ninguém. “Não vou fugir de ninguém, se encontrar, encontro”, assegurou, sem saber que o presidente da Aliança, Pedro Santana Lopes, também fez uma visita à chamada “noite dos tapetes”, que antecede a procissão do mar.

“Também anda aí?”, respon-

deu Rio a um jornalista enquanto passeava pelas ruas de Viana do Castelo.

Já António Costa chegou à romaria na qualidade de primeiro-ministro. Questionado se se iria cruzar com o líder da oposição, Costa teve resposta pronta: “Ainda bem que está cá e que vem dar uma mãozinha aos tapetes”. Ao contrário de Rui Rio, o primeiro-ministro não é estreado no evento, soma três visitas, e até admitiu que se ajeitava com os tapetes. Sobre acordos com o PSD, Costa disse que o momento “não era para essas conversas”, mas para apreciar

a romaria e o trabalho das “gentes de Viana”. A seu lado tinha o cabeça-de-lista pelo círculo eleitoral de Viana do Castelo, o também ministro da Educação Tiago Brandão Rodrigues.

Por seu turno, o presidente do PSD testou a sua habilidade por alguns minutos com os tapetes e colocou-se de cócoras para o efeito. “Isto é bem mais fácil do que governar o país. Mas há uma diferença: aqui temos de estar de cócoras, mas para governar o país devemos estar bem de pé”, frisou o líder social-democrata, citado pela *Lusa*, numa iniciativa em que disse ter sido confundido com o Presidente da República.

“Hoje só me confundiram com o Presidente da República”, afirmou Rui Rio, aludindo ao facto de lhe terem chamado Santana Lopes numa iniciativa para as eleições europeias, em maio.

O tema da greve dos motoristas de matérias perigosas, na semana passada, não passou ao lado de Rio. Para o presidente dos sociais-democratas, o “pior já passou” para os portugueses, mas foi graças ao recuo do Governo que o país ganhou uma solução de diálogo. Na rede social Twitter, Rio acrescentou: “Segundo alguns profissionais do comentário, o PSD perdeu ‘esta coisa’ porque falou pouco e tarde. O Governo terá ganho porque falou por 7 (ou 8) cotovelos, 25 horas por dia”.

“Ainda bem que está cá e que vem dar uma mãozinha aos tapetes”, disse Costa sobre o líder do PSD

“Hoje só me confundiram com o Presidente da República”, desabafou Rio



Presidente do PSD, Rui Rio, em Viana do Castelo no dia 19

FACEBOOK PSD

POLÍTICA

Subvenções

Ventura faz vigília no Constitucional

VIGÍLIA
O presidente do partido Chega, André Ventura, marcou uma vigília para o próximo dia 5 de setembro, amanhã, no Tribunal Constitucional, em Lisboa, para protestar contra a atribuição de pensões vitalícias "a políticos condenados por crimes públicos".

SUSPENSÃO
Segundo André Ventura o objetivo da iniciativa é o de pedir ao Tribunal Constitucional que suspenda "imediatamente o pagamento das subvenções vitalícias a políticos condenados pela prática de crimes contra o Estado, como o Dr. Armando Vara e o Dr. Duarte Lima".

ENCONTRO
O Chega quer ainda ser recebido pelo presidente do Tribunal Constitucional, Costa Andrade, na sequência da vigília, conforme explicou ao *Jornal de Notícias* André Ventura.

TÍTULOS E SUBSÍDIOS
Para o presidente deste partido é preciso "expor aquela que é uma situação que envergonha Portugal perante toda a Europa: aos políticos condenados são lhes retirados os títulos honoríficos mas não as subvenções vitalícias". Em causa está o pagamento de subvenções vitalícias a antigos políticos, dois deles reclusos, numa lista que foi divulgada na passada segunda-feira.

CDS. Cristas coloca de parte hipótese de abandonar liderança

Presidente centrista quer contribuir para o melhor resultado possível do centro-direita no Parlamento.

A presidente do CDS, Assunção Cristas, recusou ontem o cenário de abandono da liderança do partido após as eleições legislativas. Numa entrevista à *Lusa*, a dirigente não quis quantificar o resultado mínimo pelo qual poderia ter de se demitir, tendo em conta as várias sondagens do CDS para as eleições legislativas de 6 de outubro.

"Essa é uma questão que eu não me coloco, eu acho que nós vamos ter um bom resultado", afirmou a presidente do CDS. Assim, Assunção Cristas preferiu realçar que a meta dos centristas é a de afirmar as "bandeiras eleitorais" do partido, designadamente, a baixa de impostos para a próxima legislatura, tanto para as famílias como para as empresas. Mais, o objetivo é o de "contribuir o mais possível para um bom resultado do centro-direita", avisou Cristas. No passado, o registo do CDS era o de alcançar uma maioria de centro-direita no Parlamento.

Ora, os centristas têm 18 deputados e no CDS reconhece-se as

dificuldades em manter o mesmo número de mandatos alcançados em 2015, sobretudo depois da crise dos professores, no mês de maio, em pré-campanha das Europeias. O CDS falhou o objetivo de eleger dois eurodeputados e o partido entrou numa fase de nervosismo e críticas, ouvidos nos órgãos internos do partido.

Mas, o discurso oficial é o de não deitar a toalha ao chão e Cristas foi muito clara nessa ideia: "Temos 18 deputados, sabemos o difícil que é, mas também sabemos que cada eleição é uma

eleição. Portanto, o que podemos dizer é que estamos aqui, sim, para o mais possível dar força às nossas bandeiras [mas] isso está nas mãos das pessoas", declarou a presidente centrista na referida entrevista.

Antes das eleições legislativas, há eleições regionais na Madeira, no próximo dia 22 de setembro, e o CDS é, neste momento, o maior partido da oposição ao PSD. Talvez, por isso, Assunção Cristas tenha arriscado ontem a tese de uma geringonça à direita no arquipélago, com o PSD.

"A receita que funcionou para o continente em 2015, pode acontecer agora na Madeira em 2019", declarou Assunção Cristas.

De realçar que o PSD concorre para manter a maioria absoluta e mais de 40 anos no poder, enquanto o PS sonha alcançar a vitória e destronar os socialistas-democratas. Que sempre foram poder na Madeira.

"Durante estes [últimos quatro anos] o CDS fez um trabalho muito intenso de oposição construtiva, tem muitas propostas e, de facto, pode ser uma chave da governação para o próximo governo regional", defendeu Assunção Cristas, que escolheu a Madeira para a rentree política dos democratas-cristãos, tal como os socialistas, no passado fim de semana.

Líder do CDS admite geringonça de direita no governo regional da Madeira

Descida da carga fiscal é uma das bandeiras dos democratas-cristãos para as legislativas



Catarina Martins quer SNS a "chegar a toda a gente"

LISBOA A coordenadora do BE, Catarina Martins, considerou ontem, em Lisboa, que o Serviço Nacional de Saúde deve "chegar a toda a gente". Mais, nos casos de migrantes, sem um número de utente, a solução, segundo Catarina Martins, é simples: "Primeiro trata-se da pessoa e depois dos papéis", disse, citada pela *Lusa*, após visitar o Grupo de Ativistas em Tratamentos.

Nova lei da habitação vai entrar em vigor já no dia 1 de outubro

LISBOA A nova lei de bases da habitação já foi publicada em Diário da República ontem e entrará em vigor no próximo dia 1 de outubro. A nova legislação prevê subsídios para pessoas com especial vulnerabilidade económica no acesso ao mercado de habitação, regras mais apertadas para condomínios, com o aumento da fiscalização e proteção nos despejos.

CDS quer saber se Governo tenciona ativar fundo de apoio

BREXIT O CDS enviou ontem uma pergunta ao Ministério dos Negócios Estrangeiros para saber se há a "intenção do Estado português" em formalizar o recurso ao Fundo de Solidariedade da União Europeia, previsto para "auxiliar os países mais afetados pelas consequências de uma saída sem acordo do Reino Unido". A pergunta surgiu perante a situação no Reino Unido.

PSD apresenta programa no dia 6

PORTO O PSD apresenta oficialmente o seu programa eleitoral esta sexta-feira, dia 6, no Porto, mais de um mês após a sua aprovação em conselho nacional. A apresentação do documento estará a cargo de Joaquim Sarmento, o 'arquiteto' do cenário macroeconómico do partido, do coordenador do Conselho Nacional de Estratégia do PSD, David Justino, e do líder, Rui Rio.



Assunção Cristas promete lutar por um bom resultado eleitoral

DMANATINCOO

POLÍTICA

PSD

Notáveis assistem a palestra de Rangel

DESTACADOS Vários destacados militantes do PSD vão assistir esta sexta-feira a uma palestra de Paulo Rangel sobre "A Europa e os novos equilíbrios globais" durante um almoço-debate organizado pelo International Club of Portugal. O / sabe que na plateia vão estar o ex-presidente do PSD, Luís Marques Mendes, o ex-ministro e atual vice-presidente do PSD, Morais Sarmento, o antigo chefe da Casa Civil de Cavaco Silva, Nunes Liberato, e o ex-ministro José Luís Arnaut.

LIGAÇÕES Tanto Morais Sarmento como José Luís Arnaut foram colegas de Governo de Paulo Rangel durante o mandato de Santana Lopes. Na altura, o agora eurodeputado ocupava o cargo de secretário de Estado Adjunto do Ministro da



Justiça. José Luís Arnaut era ministro das Cidades, Administração Local, Habitação e Desenvolvimento Regional. Nuno Morais Sarmento era ministro de Estado e da Presidência.

Chega pede a líderes do PSD, PCP e Aliança que renunciem a subvenções

O partido de André Ventura considera "inconcebível" que políticos condenados recebam estas pensões

O Chega entregou, ontem, nas sedes do PSD, PCP e Aliança um documento a exigir que os respetivos líderes partidários renunciem às subvenções vitalícias que lhes foram atribuídas. O pedido do partido liderado por André Ventura surge na sequência da divulgação da lista de beneficiários das subvenções vitalícias atribuídas a titulares de cargos políticos e a juizes do do Tribunal de Constitucional, publicada novamente pela Caixa Geral de Aposentações na passada segunda-feira.

Rui Rio, Jerónimo de Sousa e Pedro Santana Lopes são três dos nomes que constam nesta lista, mas tanto o dirigente social-democrata como o secretário-geral comunista têm as pensões mensais – de 1379 e 2282 euros respetivamente – suspensas. No caso do presidente do Aliança, o estado da pensão mensal de 2199 euros é de redução total. Ou seja, nenhum dos presidentes partidários recebe atualmente estas pensões.

Ainda assim, o Chega considera que, "em nome da dignidade política e da transparência exigível a quem representa os cidadãos eleitores", os dirigentes destes partidos devem renunciar "à mesma com efeitos imediatos", pode ler-se no documento entregue, a que o / teve acesso.

"Agora percebemos porque só o Chega toca neste tema", disse ainda André Ventura, em declarações à Lusa, esta quinta-feira, recordando que as subvenções "são pedidas e não são automáticas".

TRIBUNAL CONSTITUCIONAL Ainda sobre as subvenções, o partido que vai pela primeira vez às legislativas também considerou "inconcebível" que políticos condenados continuassem a receber estas pensões mensais. Assim, o Chega entregou um requerimento no Tribunal Constitucional (TC) a pedir que este se pronuncie sobre a situação.

"Temos hoje políticos condenados por roubar o Estado a receber subvenções vitalícias", apontou André Ventura aos jornalistas à porta do tribunal.

O cabeça-de-lista do Chega de Lisboa destacou ainda que "há dois reclusos a receber subvenções" e anunciou que dirigentes do partido, que encabeçaram a coligação Basta! nas eleições europeias, vão ao estabelecimento prisional de Évora, na próxima semana, pedir a Armando Vara que renuncie à sua subvenção.

É de recordar que o ex-ministro, condenado a cinco anos de prisão efetiva por três crimes de tráfico de influências, recebe uma pensão mensal de 2014 euros.

Filha de Mário Soares reforma-se

LISBOA A diretora do Colégio Moderno, Isabel Soares, reforma-se a partir de 1 de outubro com uma pensão de 2 957,92 euros ilíquidos mensais. Isabel Soares, 68 anos, é filha do antigo presidente da República, Mário Soares, e de Maria Barroso Soares, ambos já falecidos. Integra a lista de aposentados da Caixa Geral de Aposentações como docente do Ensino Particular e Cooperativo.

Eurodeputado é relator de fundos

BRUXELAS O eurodeputado do PSD José Manuel Fernandes é um dos quatro relatores do Parlamento Europeu para o Quadro Financeiro Plurianual (2021-2027), foi ontem anunciado. O eurodeputado é também coordenador do grupo PPE na Comissão de Orçamentos. O responsável lembrou ontem, no mesmo comunicado, que não aceita cortes nos fundos europeus.

Centeno até ao fim no Eurogrupo

LISBOA Mário Centeno quer terminar o mandato como presidente do Eurogrupo e não fechou a porta a continuar como ministro das Finanças. "Assumi um compromisso até ao fim desta legislatura. Sou presidente do Eurogrupo, tenho como objetivo terminar o mandato... se o resultado das eleições assim o permitir", disse o governante ao *Jornal de Negócios*.

Aliança quer fim de portagens nas ex-SCUT

LISBOA O Aliança defendeu o fim das portagens nas ex-SCUT para moradores e empresas fixadas nas regiões onde existe a via de pagamento. Uma medida que o líder do partido, Pedro Santana Lopes – durante uma iniciativa de campanha eleitoral em Viseu – disse que iria propor que avançasse já no início da próxima legislatura.

RECURSOS HUMANOS | AVISO
Procedimento de recrutamento por mobilidade na categoria entre órgãos de dois (2) trabalhadores com licenciatura em Direito

Recrutamento de dois técnicos superiores com licenciatura em Direito, por mobilidade na categoria entre órgãos, nos termos da oferta de emprego BEP OE201909/0017, publicada na bolsa de Emprego Público (www.bep.gov.pt) e na página do Município na Internet (www.cascais.pt/sub-area/recursos-humanos).

As candidaturas são restritas a trabalhadores detentores de uma relação jurídica de emprego público por tempo indeterminado previamente estabelecida.

As funções serão exercidas no Departamento de Recursos Humanos.

Cascais, 3 de setembro de 2019

A Diretora do Departamento de Recursos Humanos
Fátima Almeida



CÂMARA MUNICIPAL CASCAIS

—6 setembro 2019 **I** 7

A Radar //

POLÍTICA



Catarina Martins desvaloriza propostas do PS e PSD para criar um Erasmus interno



Ventura lança campanha na prisão

ÉVORA André Ventura decidiu fazer a apresentação oficial da candidatura às eleições legislativas junto ao Estabelecimento Prisional de Évora. O líder do Chega pretende ainda com esta iniciativa "exigir a Armando Vara que renuncie à vergonhosa subvenção vitalícia de que aúfere". Ventura quer ser recebido pelo ex-ministro socialista ou pelo diretor da prisão.

683 mil assistiram a duelo Costa/Catarina

LISBOA O debate televisivo entre o primeiro-ministro, António Costa, e a coordenadora do Bloco de Esquerda, Catarina Martins, na RTP foi visto por 683.200 mil espetadores, segundo dados fornecidos pela estação pública. O duelo acabou por marcar as diferenças entre os dois protagonistas, com Costa a apelidar as propostas do BE como uma "lista de prendas de Natal". O debate registou um share de 15,6% e 7,2% de audiência média.

Legislativas. Bloco quer programa de reabertura de serviços públicos

Proposta dos bloquistas aplica-se aos territórios com menos população e prevê incentivos à fixação de trabalhadores.

LUÍS CLARO
luis.claro@ionline.pt

O Bloco de Esquerda defende a reabertura dos serviços públicos no interior do país para combater o despovoamento. "Aqui, que é preciso, porque cria emprego e fixa população, é ter um programa de reabertura de serviços públicos em todo o país", disse Catarina Martins, após uma visita à Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.

A coordenadora dos bloquistas argumentou que "quando um serviço público é aberto há logo emprego" e defendeu que estes serviços devem ser repostos "de forma gradual e com o apoio das autarquias" para que

seja possível fixar "a população e combater o despovoamento".

O manifesto eleitoral do Bloco de Esquerda prevê a criação de um "programa de reabertura gradual de serviços públicos nos territórios de baixa densidade, acompanhado de incentivos à fixação de trabalhadores e trabalhadoras do Estado nesses territórios". Os bloquistas propõem ainda a "reversão da fusão de freguesias" e um processo "aberto e democrático com vista à regionalização".

ERASMUS PARA O INTERIOR Catarina Martins desvalorizou as propostas do PS e do PSD para a criação um Erasmus interno. "Quando ouço projetos mais ou

menos caricatos sobre o ensino superior, sobre o interior, devo dizer que dar contratos de trabalho permanentes aos investigadores que aqui estão, isso sim, era uma grande medida para fixar população nestas universidades e institutos politécnicos", afirmou.

António Costa anunciou, no sábado, em Vila Real, que tenciona criar um Erasmus para o interior para que os jovens estudantes possam conhecer "outros territórios, saberes e espaços". O programa dos socialistas prevê a criação de "um programa Erasmus interno, fomentando a mobilidade de estudantes entre instituições de ensino do litoral e do interior".

DESLOCALIZAR SERVIÇOS Rui Rio foi o primeiro a lançar a proposta que visa apostar no interior do país. "Temos de dar também oportunidade aos jovens portugueses de conhecerem o seu próprio país", afirmou, no domingo, o líder social-democrata.

No programa eleitoral, o PSD prevê o lançamento de um programa Erasmus para o interior com "o objetivo de fomentar a mobilidade de estudantes do litoral para o interior". Os sociais-democratas querem "garantir uma oferta de ensino superior diversificada e ajustada à especialização regional" e "promover uma melhor articulação entre a oferta de ensino superior e a especialização regional ou as necessidades do seu tecido económico e social".

O partido liderado por Rui Rio aposta ainda na implementação de "um programa de deslocalização que deslocalize progressivamente alguns serviços públicos relevantes para fora das maiores áreas metropolitanas". Uma medida que seria aplicada com "respeito pelos direitos de pessoas e famílias e recorrendo a instrumentos de compensação sempre que isso se revele necessário".

Costa critica PSD por causa do aeroporto

VILA REAL António Costa criticou o PSD por colocar em causa o aeroporto do Montijo. "Não há plano B. Novas hesitações seriam uma fortíssima ameaça à continuidade da atividade turística do país e ao crescimento deste setor, que é fundamental para gerar emprego", afirmou, ontem, o primeiro-ministro, num almoço promovido pela a Confederação do Turismo de Portugal.

Cristas quer salários mais altos

LISBOA Assunção Cristas afirmou ontem, no final de um encontro com a UGT, que a prioridade do país deve ser "criar condições para que as empresas tenham desalogo para investir e para pagar mais aos seus funcionários". Cristas afirmou que o CDS defende "salários dignos e cada vez mais elevados" e quer que Portugal possa inspirar-se em países como a Irlanda.

POLÍTICA

Legislativas

Vara rejeitou receber André Ventura

PRISÃO
Armando Vara rejeitou receber André Ventura no Estabelecimento Prisional de Évora. O líder do Chega apresentou um pedido formal para ser recebido pelo ex-ministro socialista com o objetivo de lhe entregar uma carta em que o desafiava a renunciar à subvenção vitalícia.

CORRUPTOS
André Ventura escreveu, nas redes sociais, ontem à tarde, que estava à porta da prisão de Évora para "exigir aos corruptos que devolvam as subvenções vitalícias".

Voto de condenação. Polémica com museu Salazar chega ao parlamento

PCP quer que Parlamento condene a criação de "um museu dedicado à memória do ditador".

A polémica com a criação de um museu dedicado Salazar já chegou ao Parlamento. O PCP apresentou um voto de condenação para que a Assembleia da República se manifeste contra a intenção do autarca de Santa Comba Dão. Os comunistas pretendem que o Parlamento condene "firmemente a criação de um 'museu' dedicado à memória do ditador Oliveira Salazar em Santa Comba Dão, independentemente da sua designação, considerando essa criação uma afronta à democracia, aos valores democráticos consagrados na Constituição da República e uma ofensa à memória das vítimas da ditadura".
A iniciativa dos deputados comunistas apela ainda aos pro-

motores da "criação de tal 'museu' para que reconsiderem a sua posição e a todas as entidades, públicas e privadas, para que não apoiem, direta ou indiretamente essa iniciativa".

A polémica nasceu quando o presidente da Câmara de Santa Comba Dão, Leonel Gouveia, anunciou, em julho, a criação do Museu do Estado Novo. Não demorou muito tempo para que mais de 200 ex-presos políticos e várias personalidades se juntassem para contestar a ideia do autarca socialista.

O assunto chega agora ao Parlamento com o PCP a alertar que esta iniciativa "mais não seria, a ser concretizada, do que um local de romaria de antigos saudosistas da ditadura e de novos apoiantes de uma extrema-direita que se pretende assumir cada vez mais como ameaça à democracia". A iniciativa deverá ser debatida hoje na reunião da Comissão Permanente da Assembleia da República, mas dificilmente será aprovada.

António Costa, em entrevista à TVI, admitiu que o projeto pode ser "útil e favorável" se for "um centro de interpretação de um determinado período da nossa história". Já o presidente da Câmara de Santa Comba Dão, eleito pelo PS, garantiu que pretende "apresentar de forma isenta um importante período da nossa história que não pode ser apagado". Um dos principais objetivos do autarca é incentivar o turismo.

PCP alerta que museu será "um local de romaria de antigos saudosistas da ditadura"

Manuel Machado quer regionalização

COIMBRA O presidente da Associação Nacional de Municípios Portugueses (ANMP), Manuel Machado, defendeu que a regionalização "é manifestamente necessária para que haja um governo democrático dos territórios". O autarca realçou que "Portugal, creio, é o único país da União Europeia que não tem regiões administrativas governadas democraticamente".

Rui Rio critica Banco de Portugal

LISBOA O líder do PSD afirmou, ontem, ter um olhar "muito, muito crítico" sobre a atuação do Banco de Portugal nos últimos anos. Num almoço-debate da Câmara de Comércio e Indústria Portuguesa, Rui Rio defendeu que "nenhum português pode ver a atuação do Banco de Portugal com bons olhos". Rio defendeu que para conseguir cumprir a promessa de "melhores salários" é preciso "fazer o contrário" do PS.

PUB

BILHETES: COLISEUS, FNAC, WORTEN, EL CORTE INGLES E WWW.EVERYTHINGISNEW.PT | M6

—11 setembro 2019 7

Bio

Doutorando em Ciências da Comunicação pelo Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho. Licenciado e Mestre em Jornalismo e Comunicação pela Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. Foi o último editor de País e Mundo do *Jornal Universitário de Coimbra – A Cabra*. Colaborou recentemente com a *Vila Nova Online* e a *Revista Bica*.

Como citar e licença

Maia Martins, P. A. (2023). Veiculação dos pseudocontecimentos produzidos pelo Chega na cobertura da campanha eleitoral para as eleições legislativas de 2019. *ROTURA – Revista de Comunicação, Cultura e Artes*, 3(1), 132–153. <https://doi.org/10.34623/nqa4-y702>

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.