

**Carla Baptista**  
FCSH-UNL

Susana Salgado, docente na FCSH-UL e entretanto já doutorada, realizou neste livro que resultou da sua investigação para o Mestrado em Ciências Sociais no ICS, orientado por Manuel Villaverde Cabral, um estudo comparativo sobre a cobertura mediática das eleições legislativas de 1999.

Um dos principais eixos de análise desse momento político oscila em torno dos conceitos de mediação e mediatização, a que a autora recorreu para avaliar de que forma e com que extensão os media interferiram e construíram a mensagem e a tematização da política (a mediatização) a partir de uma comunicação política previamente organizada pelos líderes e máquinas partidárias (a palavra política mediada, que no seu entender se apresenta directamente aos eleitores nos tempos de antena, nos cartazes de propaganda e nos programas de eleitorais).

Entre os efeitos mais estudados da mediatização na política encontram-se certas práticas de *mise-en-scène* que jogam com efeitos de personalização, dramatização, fragmentação e simplificação das mensagens. O principal objectivo deste trabalho consistiu justamente em comparar a mensagem que os partidos em disputa (PS, PSD, CDU, CDS-PP e BE) transmitiram nos tempos de antena e publicaram nos respectivos programas com uma observação da paleta de efeitos que a mediatização desta mensagem sofreu nos jornais *Diário de Notícias*, *Público*, *Expresso*, *Independente* e nos canais televisivos RTP1 e SIC.

As eleições de 1999 foram fortemente marcadas por um acontecimento externo de grande importância que galvanizou o país e secundarizou todos os restantes temas: a destruição de Timor Leste pelas tropas indonésias antes destas terem abandonado aquele futuro país, na sequência de uma intervenção internacional da ONU na qual as autoridades portuguesas se empenharam a fundo. Não foi preciso dizer a nenhum dos líderes que lutavam pelo poder (o principal confronto ocorreu entre António Guterres e Durão Barroso) para deixarem vir Timor até si porque ambos mergulharam de frente nessa frente de activismo que misturou genuínas motivações políticas com causas humanitárias e capitalização de votos.

A campanha afirmou ainda a maturidade do Bloco de Esquerda e a sua notória capacidade de marcar a agenda política pela introdução de temas habitualmente arredados dos debates eleitorais, como os direitos cívicos dos homossexuais, a violência doméstica, a segurança alimentar ou, à boleia de Timor, os alegados crimes sexuais exercidos contra mulheres timorenses.

Estes acabaram por ser os temas que dominaram a maioria da cobertura mediática da campanha, juntamente com outros que estavam ausentes dos programas eleitorais, como a insistência do PS em pedir aos portugueses uma maioria absoluta para governar e o cerrar de fileiras que os restantes partidos fizeram contra essa pretensão.

Em alguns partidos foi muito evidente o afastamento entre a palavra pública do líder e a exposição programática do respectivo partido. Susana Salgado aponta o exemplo do CDS-PP, então liderado por Paulo Portas que acabou “roubando” a outros (nomeadamente ao PCP) temas como as pensões, o preço dos “remédios” ou as dificuldades dos agricultores, que estavam praticamente ausentes das preocupações escritas que apresentou ao eleitorado (mais relacionadas com a administração do Estado e da Justiça ou à Defesa Nacional).

Em vários momentos e em função de decisões estratégicas tomadas em cima dos acontecimentos que marcam a agenda das campanhas, são muitas vezes os próprios líderes que reciclam, transformam e por vezes alteram a mensagem com que começaram por se apresentar ao eleitorado; e os jornalistas são sensíveis ao impacto destas estratégias partidárias visando a captação de atenção.

O estudo conclui que a SIC, estação televisiva assumidamente comercial, deu mais destaque às iniciativas de pequenos partidos como o BE e o PCTP-MRPP quando estas tinham mais impacto e potencial mediático; enquanto a RTP cobriu diariamente todas as iniciativas de todos os partidos, embora destacando as dos quatro maiores (PS, PSD, PCP e CDS-PP).

A autora encontrou muitas semelhanças entre as coberturas realizadas pelas televisões e pelos jornais analisados. Este é um ponto interessante que mereceria uma reflexão mais densa já que reflecte uma tendência para a imitação e para a cópia entre os jornalistas que conduz, no limite, à uniformização e standardização da informação prestada ao público. No caso específico em análise, resulta igualmente de sinergias entre vários suportes do mesmo grupo empresarial (caso da SIC e do *Expresso*) que são boas para reduzir custos mas prejudicam legítimas expectativas de diversidade informativa por parte dos leitores e telespectadores.