

## **A cultura na cobertura noticiosa das eleições legislativa em Portugal nos anos de 2022 e 2024<sup>1</sup>**

Manuel GAMA<sup>2</sup>

Rui Vieira CRUZ<sup>3</sup>

Universidade do Minho, Braga, Portugal

### **RESUMO**

O PolObs-CECS-UMinho realizou dois estudos sobre a presença multidimensional da cultura em diferentes momentos e documentos (e.g. debates televisivos, programas eleitorais, notícias em diferentes órgãos de comunicação social) das eleições legislativas que ocorreram em Portugal em janeiro de 2022 e em março de 2024. No presente artigo vamos apresentar uma análise comparativa entre os resultados da análise de 106 peças jornalísticas identificadas nas eleições de 2022 e de 447 analisadas sobre as eleições de 2024. Os resultados revelam que, não obstante se observar um crescimento significativo no número de notícias com temáticas relacionadas com a cultura, a verdade é que nas duas eleições ficou nítido, por um lado, o pouco peso que a cultura ainda tem nas discussões sobre as políticas públicas, e, por outro lado, o pouco interesse jornalístico na discussão profunda das propostas concretas para as políticas culturais em Portugal.

**PALAVRAS-CHAVE:** políticas culturais; eleições legislativas; Portugal; cobertura noticiosa; 2022-2024.

O Observatório de Políticas de Ciência, Comunicação e Cultura (PolObs) é uma plataforma de monitorização das principais ações que, em Portugal, mobilizam o campo da comunicação e da cultura. Inscrevendo-se naquilo que tem sido a marca de intervenção da investigação do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho (CECS-UMinho), este observatório tem também como horizonte a implementação em Portugal de uma política cultural, enquadrada internacionalmente, que seja fruto de uma rede de políticas culturais públicas e privadas.

Assim sendo, desde 2021 que o PolObs realiza estudos (Gama, Dominguez, Cruz, & Almada, 2022; Gama, Campos & Cruz, 2024) sobre a presença multidimensional da cultura em diferentes momentos e documentos das eleições legislativas. Para permitir posteriores análises comparativas, optou-se por utilizar uma metodologia semelhante em

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação política e eleitoral, evento integrante da programação do 27º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 30 de maio a 1º de junho de 2024.

<sup>2</sup> Co-coordenador do Observatório de Políticas de Ciência, Comunicação e Cultura (PolObs) do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho. [manuelgama@ics.uminho.pt](mailto:manuelgama@ics.uminho.pt).

<sup>3</sup> Bolseiro de Pesquisa no PolObs. [rmvcruz@gmail.com](mailto:rmvcruz@gmail.com).

todos os estudos desta natureza, inserindo apenas ajustes em algumas das categorias de análise. Integrando uma metodologia de abordagem qualitativa conjugada com uma abordagem quantitativa, o percurso de investigação centra-se em três objetos de estudo:

- 1) os programas, manifestos e compromissos eleitorais dos partidos e coligações candidatos às eleições;
- 2) os debates televisivos entre os líderes partidários com assento parlamentar;
- 3) as notícias no contexto cultural veiculadas em plataformas digitais pelos media.

Os objetos de estudo são analisados à luz dos dez domínios da Cultura inscritos na Conta Satélite da Cultura (CSC) (Instituto Nacional de Estatística, 2016), a saber: 1) Património Cultural; 2) Arquivos; 3) Bibliotecas; 4) Livros e Publicações; 5) Artes Visuais; 6) Artes do Espetáculo; 7) Audiovisual e Multimédia; 8) Arquitetura; 9) Publicidade; 10) Interdisciplinar. Sendo que, em função da realidade que se observada em cada eleição, são acrescentadas categorias de análise adicionais. No estudo de 2022 para a análise nos socorremos das seguintes categorias: 11) Cultura (de carácter inerente, essencial e específico para a investigação); 12) Redes Culturais; 13) Digitalização; 14) Tauromaquia. Na análise de 2024 incluíram-se mais dois eixos de análise: 15) Estatuto dos Profissionais da Cultura; 16) Igualdade de Género.

Para a identificação de notícias no contexto cultural veiculadas em plataformas digitais pelos media foram selecionados oito fontes jornalísticas: Correio da Manhã, Diário de Notícias, Expresso, Jornal de Notícias, Lusa, Público, Sábado e Visão. De realçar quem, no estudo sobre as eleições de 2022, não foi possível incluir o jornal Expresso, devido a um ataque cibernético de que este órgão de comunicação social foi alvo nesse ano, impossibilitado o acesso às suas notícias. No que se refere ao processo de análise, utilizámos o software NVivo para a análise qualitativa de dados provenientes das notícias divulgadas veiculadas pelos media. A recolha de dados integra, regra geral, o intervalo temporal compreendido entre a pré-campanha e o fim do período oficial de campanha eleitoral.

A 30 de janeiro de 2022 realizaram-se as primeiras eleições objeto desta tipologia de estudos realizados pelo PolObs. Não obstante as eleições legislativas de 2022 terem redundado num Governo, suportado por uma maioria absoluta de 120 deputados na

Assembleia da República, o XXIII Governo Constitucional não cumpriu a legislatura, apresentando a demissão em novembro de 2023 e provocando eleições em março de 2024.

No presente artigo vamos apresentar uma análise comparativa entre os resultados da análise: das 106 peças jornalísticas identificadas nas eleições de 2022; e das 447 peças jornalísticas analisadas identificadas nas eleições de 2024.

Tendo em consideração que a análise detalhada relativamente às eleições legislativas de 2022 pode ser consultada em Gama, Dominguez, Cruz, & Almada (2022), vamos começar por convocar, com algum detalhe, os dados referentes às eleições de 2024.

A amostra utilizada na análise da campanha eleitoral de 2024 foi composta por 447 peças jornalísticas que abordaram a temática da cultura, mas 16 categorias usadas no estudo, durante o período temporal de 30 de janeiro de 2024 a 8 de março de 2024 (até às 23h59), distribuídas pelas oito fontes jornalísticas já referidas. De realçar quem para além da análise global, por fonte e por categoria de análise, também se efetuou a fragmentação do período temporal em três janelas de análise: de 30 de janeiro a 4 de fevereiro (antes de se iniciarem os debates televisivos); de 5 a 24 de fevereiro (período de pré-campanha que incluiu os debates televisivos); e de 25 de fevereiro a 8 de março (período oficial de campanha eleitoral).

Os dados relativamente ao 2024, revelam que 26% da amostra tem origem no Jornal de Notícias, seguindo-se a agência Lusa (15,7%), o Diário de Notícias e o Expresso (13,0%, cada). Se nos concentrarmos nos meios de comunicação social de cariz comercial (e, portanto, a agência Lusa for excluída da análise), o Jornal de Notícias (30,8%), o Diário de Notícias e o Expresso (15,4%, cada) registam combinadamente um valor superior a 50% da amostra, assinalando 61,6%. A desagregação dos dados pelas três janelas temporais definidas, permite verificar que se registou um pico noticioso no terceiro período para todas as fontes jornalísticas, com mais de metade do total de notícias que abordaram a temática da cultura: sendo o valor mais baixo obtido pela Visão (51,6% de notícias disponibilizadas a partir de 25 de fevereiro) e o mais elevado pelo Jornal de Notícias (75,9%). Sobre o volume de peças jornalísticas entre 25 de fevereiro a 8 de março, realça-se que foi potenciado, nomeadamente, por o último dia de campanha, 8 de março, ser o Dia Internacional da Mulher, onde habitualmente são produzidas notícias relacionadas com a *igualdade de género*, uma das categorias de análise do estudo.

Para análise das peças jornalísticas, recorreremos ao NVivo para a criação de nuvens de palavras com as 30 palavras mais mencionadas, com 4 ou mais letras. Sendo que, pelo facto das siglas dos partidos e dos nomes dos candidatos poderem deter menos de 4 letras foi criado um segundo segmento para colmatar este problema. Assim, sabendo a distribuição das peças jornalísticas, procedemos à análise das palavras contidas nos títulos relativamente às diferentes janelas temporais.

No caso da primeira janela temporal (de 30 de janeiro a 4 de fevereiro de 2024) destacaram-se as palavras *imigrantes* (1,12%), *Pedro Nuno* e *pessoas* (1,11%, cada).

No segundo período (de 5 a 24 de fevereiro de 2024) emergiram termos como *debates* (1,20%), *partidos* (1,13%) e *cultura* (0,99%) – sublinha-se que as palavras mais mencionadas no primeiro período de análise foram igualmente expressivas no segundo, designadamente *Pedro Nuno* (0,92%), *imigrantes* (0,78%) e *imigração* (0,28%); figurando também os nomes de diferentes líderes partidários, tais como *Mortágua* (0,85%), *Montenegro* e *Raimundo* (0,71%), *Tavares* (0,42%) e *Ventura* (0,35%).

No terceiro período, o nome de *Montenegro* aparece como a palavra mais mencionada (1,02%), seguindo-se *Pedro Nuno* (0,89%), *direita* e *eleições* (0,77%, cada), *Chega* (0,66%) e *cultura* (0,64%). Em direta contraposição com o posicionamento político da direita, a *esquerda* é mencionada 0,39%. Impulsionado pelo Dia Internacional da Mulher a 8 de março, a palavra *mulheres* (0,50%), *aborto* (0,33%) aparecem como algumas das palavras mais mencionadas nos títulos da imprensa portuguesa. Emergindo como um termo transversal às três janelas temporais, a palavra *imigração* surge em 0,39% das palavras dos títulos. O *óbito* (0,28%) do cineasta *Pedro Vasconcelos* (0,36%) foi igualmente um tema durante a campanha, nomeadamente através das notas de pesar dos diferentes líderes partidários. Por fim, sabendo que *Montenegro* e *Pedro Nuno* foram os líderes mais vezes mencionados na terceira fase da campanha eleitoral, também *Raimundo* (0,53%), *Tavares* (0,47%) e *Mortágua* (0,42%) e *Ventura* (0,39%) emergiram como fazendo parte das 30 palavras mais mencionadas nos títulos da imprensa portuguesa.

A análise das 447 peças jornalísticas de 2024 à luz dos dez domínios da Cultura inscritos na CSC (Instituto Nacional de Estatística, 2016) e das seis categorias adicionais inseridas, quatro em 2022 e duas em 2024, revela dados importantes sobre a irrelevância das discussões explícitas sobre as políticas culturais nas eleições legislativas em Portugal.

Paradoxalmente, encontramos mais peças jornalísticas que se debruçam sobre fenómenos externos ao futuro das políticas culturais. Ao longo da campanha eleitoral de 2024 registou-se uma evolução gradual do número de notícias, tendo sido verificado que as notícias não emergiram a partir dos programas eleitorais, e que a parca presença nos debates eleitorais se traduziu igualmente numa frugal presença na imprensa portuguesa.

Da análise comparativa das temáticas presentes nas peças noticiosas de 2022 e de 2024, em função das 16 categorias definidas, destacamos aqui, a título meramente ilustrativo, o desaparecimento quase total da temática da *tauromaquia* dos discursos políticos, que teve particular relevância em 2022, e que aparentemente foi substituído, em 2024, por temas relacionados com a *imigração* e as questões relacionadas com a *igualdade de género*, e que direta ou indiretamente, se relacionaram com a cultura.

A terminar, sublinha-se que, numa altura em que se defende a institucionalização e transterialidade da cultura nas políticas públicas (e.g. Secretaria Geral Ibero-Americana, 2022; UNESCO, 2022) que concorram para a democracia cultural (Conferência do Porto Santo, 2021), a análise comparativa sobre a presença da cultura na cobertura noticiosa das eleições legislativa em Portugal nos anos de 2022 e 2024 revela que a aumento do volume noticioso observado no ano de 2024, em nada concorreu para um maior esclarecimento sobre as verdadeiras opções das diferentes forças políticas para as políticas culturais em Portugal no período de 2024-2028.

## REFERÊNCIAS

- Conferência do Porto Santo. (2021). *Carta do Porto Santo: A cultura e a promoção da democracia: para uma cidadania cultural europeia*. [[Link](#)]
- Gama, M.; Dominguez, C.; Cruz, R. V. & Almada, J. (2022, agosto). A Cultura nas eleições legislativas 2022 em Portugal. In *Anais do XVIII Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura – ENECULT*, Salvador, Brasil. [[Link](#)]
- Gama, M.; Campos, J. & Cruz, R. V. (2024, maio). A Cultura nas eleições legislativas 2024 em Portugal. *13º Seminário Internacional Políticas Culturais 2024 da Fundação Casa Rui Barbosa*, Rio de Janeiro, Brasil.
- Instituto Nacional de Estatística (2016). *Conta Satélite da Cultura – 2010- 2012 - notas metodológicas*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- Secretaria Geral Ibero-Americana. (2022). *Estratégia Ibero-Americana para a Cultura e o Desenvolvimento Sustentável*. [[Link](#)]
- UNESCO. (2022). *Declaração Final da Conferência Mundial da UNESCO sobre Políticas Culturais e Desenvolvimento Sustentável MONDIACULT 2022*. [[Link](#)]