

# RETRATOS JUVENIS EM CAMPANHAS ELEITORAIS: EUROPEIAS E LEGISLATIVAS

MARIA JOSÉ BRITES

ULP - UNIVERSIDADE LUSÓFONA DO PORTO

INVESTIGADORA DO CIMJ/CENTRO DE INVESTIGAÇÃO ASSOCIADO DA FCSH-UNL

## Resumo

É recorrente o discurso em volta do afastamento dos jovens em relação aos assuntos políticos. No contexto português, o ano de 2009 foi um importante teste à capacidade da sociedade civil e, como tal, dos próprios partidos e dos media noticiosos de serem capazes de se galvanizar em torno das questões da juventude. Os programas partidários e as páginas de Internet dos partidos com assento parlamentar constituíam, como ponto de partida, importantes documentos onde as temáticas da juventude poderiam (deviam) ter um espaço alargado de exposição e de debate. A cobertura noticiosa no espaço da imprensa em papel e também online mostra retratos de juventudes que devem ser questionados. Como é que estes actores se movimentaram no contexto das eleições europeias e parlamentares nacionais?

## Palavras-chave

Juventude; Eleições; Jornais.

Tem sido reclamada a falta de envolvimento dos jovens com a política, por exemplo no espaço europeu, designadamente no que respeita ao voto e à participação em partidos e organizações tradicionais ligadas à política. A falta de conhecimentos sobre política e sobre as implicações que as "políticas" têm nos quotidianos contribui para o absentismo eleitoral e para alguma falta de sentimento político.

Importa tentar perceber, no contexto de uma sociedade mediatizada, o que falha na comunicação entre estes dois lados de uma mesma face da cidadania. Será que os jovens se sentem excluídos deste *mundo sério* e aparentemente destinado apenas a quem já tem maturidade e idade suficiente para decidir? Esta aparente exclusão dos jovens dos sistemas de decisão propicia, também, o prolongamento do período em que ainda é sociavelmente aceitável que estejam *desprendidos* das questões sociais e políticas. A ideia da aplicação do *agenda setting* à questão da socialização política dos jovens tem a sua pertinência, pois alguns estudos apontam para o facto de os jovens se afastarem da política porque a agenda político-mediática os ignora.

A Internet torna-se num espaço reconfigurado em matéria de comunicação da cidadania.

Desde 2004 que os Estados Unidos têm apontado que esta pode ser uma plataforma de potencialização efectiva dos "comprometimentos" políticos dos jovens e também um espaço apropriado para media e para agentes políticos captarem a atenção dos jovens para a cidadania política. Como é que estas mudanças se estão a fazer sentir em Portugal por parte dos agendadores políticos e mediáticos? Esta agenda é alterada na sua essência nos jornais impressos e nas suas versões online?

Vários autores de diferentes quadrantes, sejam eles comentadores, jornalistas, políticos e académicos, têm-se debruçado sobre este tema e avançado com questões, tentando perceber como captar votos e como potenciar a participação.

O voto é uma das mais empoderadas formas de actuação democrática em sociedade, embora este modo tradicional de participação seja encarado com grande reserva por parte dos jovens (Cushion, 2009; Magalhães e Moral, 2008). Os estudos têm enfatizado ainda que os jovens estão entre as faixas etárias que menos lêem, vêem ou ouvem notícias e programas com informação política e também têm resistência em acreditar no seu dever cívico de participar. Mas estas ideias devem ser encaradas com a reserva natural de que não devemos generalizar a falta de capacidade e de vontade para participar.

Stephen Cushion tem analisado as acções de participação juvenil e os modos como o jornalismo se pode aproximar dos jovens e potenciar as suas capacidades de participação. Um dos seus mais interessantes trabalhos foi realizado nos inícios de 2003 e tem como amostra 699 questionários a jovens no Reino Unido, interrogados sobre a forma como os jovens activistas anti-Guerra do Iraque foram representados nas notícias. Ao autor interessava perceber quais eram as reacções dos jovens à cobertura mediática e também encontrar formas de melhorar essa mesma cobertura. Isto é importante, tendo em conta, por exemplo, que os jovens não costumam prestar atenção às campanhas, em parte porque os candidatos não agendam assuntos que lhes interessam (Tedesco *et al*, 2007: 1296).

Cushion chegou à conclusão de que a cobertura dos protestos anti-Guerra do Iraque desencorajou alguns jovens de participar. Como poderia ser melhorada a cobertura jornalística, segundo os jovens entrevistados? Desde logo, revelando a opinião dos jovens, em vez de apresentar uma cobertura negativa dos jovens (Cushion, 2009: 133). Os entrevistados referiram-se ao facto de os jornalistas privilegiarem falar com os jovens em protesto que estavam mais enfurecidos e que se destacavam mais, esquecendo os mais "normais" e a diversidade dos manifestantes (2009: 136). Entre as possibilidades de aperfeiçoamento, assinalou-se a vontade de serem criadas condições para que os jovens se tornassem produtores de conteúdos noticiosos (2009: 138). Outra proposta revelada pelo estudo foi a importância de contextualizar as notícias, ao dar a conhecer as motivações dos jovens cidadãos e ao apresentar as ligações aos assuntos políticos que os jovens levantam. Alguns fizeram mesmo notar que sentiam que havia uma clivagem entre o que eles faziam e o que era reportado (Cushion, 2009: 139).

De qualquer modo, um dos resultados mais interessantes deste estudo aponta que metade dos jovens que estavam contra a Guerra do Iraque disse que tinha protestado, o que atesta alguma vitalidade de participação, contrariamente ao discurso da apatia (Cushion, 2008: 139).

Os media noticiosos possuem o poder de relacionar e ligar as motivações, as opiniões e as acções dos jovens às necessidades democráticas e suas instituições, de forma a criar uma cultura política (Cushion, 2009: 141). Os media têm esse poder de contribuir para incluir ou excluir as relações entre jovens e política, jovens e Estado.

Pensando o *agenda setting* na participação eleitoral em 2002 e 2004, usando como amostra jovens do Arizona, do Colorado e da Florida, os resultados do estudo de Kiouisis e McDevitt indicam que "o *agenda setting* tem um papel importante e intrínseco na socialização política, contribuindo para a cristalização da predisposição política, que conduz à participação eleitoral" (2008: 481). É cada vez mais consensual falar de vários agendadores, como a família, os amigos, os media e a escola. A estes microníveis desenvolvem-se conversas em contexto familiar, escolar ou de amigos, onde circula a informação noticiosa e nos quais também se indica a importância de um determinado assunto (Kiouisis e McDevitt, 2008: 482). A discussão orientada entre pares na escola é um propósito para a discussão em casa. Os dados revelaram que a discussão sobre política em casa em 2002 mostrou um interesse nas notícias correspondente em 2004, enfatizando a importância destas e da arena política. A percepção da importância do assunto também conduziu a uma reacção mais forte a posições do Estado (Kiouisis e McDevitt, 2008: 496). Os vários níveis de acção quotidiana são importantes na socialização política. Os grupos de interacção primária e também das notícias são fundamentais, contribuindo para a autonomia individual e para o reforço de opiniões e para a renovação da participação juvenil (2008: 498).

Esser e Vreese (2007) procederam a uma análise comparativa do comprometimento dos jovens na Europa e nos Estados Unidos. Os autores consideram que os níveis de afluência às urnas nas duas regiões são semelhantes e que a utilização dos media na comunicação interactiva tanto online como interpessoal tem um efeito positivo na participação juvenil. Estes autores chamam a atenção para o aumento da afluência de jovens (entre os 18 e os 29 anos) às eleições de 2004<sup>1</sup> nos EUA. Esta mudança pode ser explicada por um duelo muito aguerrido entre candidatos e esforços de campanha fora do comum, designadamente junto dos mais jovens.

Os autores centraram-se nos elementos existentes em relação à eleição norte-americana de 2004 e num inquérito pós-eleitoral nas eleições ao Parlamento Europeu em 2004, que

---

1 Indicadores de 5 de Junho de 2009 do Pew Research Center for the People & the Press (centro de investigação não-partidário que estuda os media e os seus enquadramentos políticos e sociais) mostram que houve um aumento da participação dos jovens norte-americanos na eleição de 2008, embora os mais jovens continuem a ter uma taxa inferior aos americanos mais velhos. De salientar que 62% dos jovens inquiridos pelo Pew Research Center for the People & the Press concordam plenamente que "é meu dever votar sempre", subindo este valor 14% em relação a 2007. Estes dados apresentam-se em contracorrente e podem ser encarados com optimismo.

foi aplicado em 24 dos 25 países membros (ficou de fora o Reino Unido), a análise baseou-se nas respostas de elementos dos 18 aos 29 anos. Questionaram: Os jovens que usam os meios tradicionais (como jornais ou ver televisão) e novas formas de comunicação (como a pesquisa de informação online) poderão tornar-se mais comprometidos politicamente na Europa? Os autores referem que em momento algum pretendem esquecer com esta pergunta outras possibilidades de fomentar a participação e o conhecimento político (como sejam as relações directas com a família ou com os amigos).

Tendo o estudo revelado que as diferentes variáveis comunicacionais estão positivamente ligadas à decisão dos jovens para votar, viu-se ainda que a procura de informação na Internet foi um indicador importante de participação; o mesmo se passou com a leitura de jornais e ver televisão. Na pesquisa percebeu-se que, apesar de a exposição às notícias nos Estados Unidos ainda ser controversa, na Europa parece ser um factor determinante para potenciar a participação, quer estejamos a falar de meios tradicionais ou novos media (Esser e Vreese, 2007: 1208), sendo que os autores centraram o seu estudo nos meios noticiosos, ficando por determinar aqui qual a influência dos meios de entretenimento.

Os indicativos deste estudo apontam para que: a) a participação juvenil pode ser potenciada pelas notícias, o que implica um esforço de mobilização que pode centrar-se em media específicos; b) há vantagem em que as campanhas se destinem particularmente a jovens, embora seja preciso especificar a potencialidade da Internet e as formas como pode chegar aos mais jovens (Esser e Vreese, 2007: 1209).

Pensar estas questões é também pensar o jornalismo. O professor Thomas E. Patterson dá-nos uma indicação fundamental para pensarmos na sobrevivência do jornalismo: É essencial conhecermos e estarmos atentos aos hábitos de leitura de jornais dos adultos e dos jovens adultos. "O interesse dos jovens pelas notícias vai afectar a vitalidade económica das organizações noticiosas e, assim, a sua capacidade para investir na qualidade do jornalismo" (Patterson, 2007: 5). Esta evidência, à qual os jornais parecem estar de costas voltadas, contém uma outra ideia intrínseca à actividade jornalística num ecossistema mais vasto do desenvolvimento da democracia. Será que os media se podem dar ao luxo de não quererem captar leitores jovens e de se absterem das suas responsabilidades democráticas?

O autor questiona que não é clara a capacidade da Internet em criar o hábito da leitura diária de notícias, há estudos que indicam que os usuários habituais de internet não gastam muito tempo a ler notícias na Internet (Patterson, 2007: 22). Os leitores de jornais têm o hábito de ler de manhã as notícias, os de televisão ao jantar, os de rádio no carro e os da Internet? Como argumenta, o espaço dos jornais, da televisão e da rádio era um espaço de partilha, enquanto o da Internet é mais de uso solitário, pelo que pode, mais do que criar novos hábitos, reforçar os já existentes. Por isso mesmo, a preocupação com a leitura de notícias e os jovens é tão importante (Patterson, 2007: 24).

A falta de conhecimentos também pode reafirmar a tendência de os jovens consumirem

menos "hard news", designadamente sobre política. Uma vez que não entendem os temas, rejeitam-nos por não terem capacidade de reter a informação e de a decodificar (Patterson, 2007: 16). Um dos motivos indicados para os jovens não se interessarem por política ou notícias é precisamente não terem hábitos de leitura (Patterson, 2003: 43). A leitura de notícias está correlacionada com o interesse por política, por isso a falta de um condiciona o outro (Patterson, 2007: 44), ameaçando o jornalismo e a democracia.

Se a Internet tem as suas mais-valias, consideramos, porém, que o "uso político da Internet" será condicionado pelas motivações pessoais e grupais dos seus jovens utilizadores e só pensando nessas diferenças será possível sair da generalização e da diversidade da Web. Ou seja, as relações entre os jovens e a política não podem ser reduzidas ao espaço Internet, têm de ser entendidas em contexto quotidiano: seja ele mediático, escolar, familiar ou entre pares. Aliás, esta perspectiva será, sem dúvida, uma perspectiva de futuro, se pensarmos, inclusive, em relatórios recentes de organismos que têm prestado grande importância ao meio Internet e que recentemente divulgaram estudos que relativizam esta euforia, sendo um britânico e outro norte-americano. Um relatório de 2009 da OFCOM revelou um decréscimo na percentagem de jovens entre os 15 e os 24 anos que no Reino Unido usa as redes sociais, que, por seu lado, têm conquistado mais os adultos. Um relatório do Pew Internet & American Life Project, de 2 de Setembro de 2009, revela que "contrariamente a algumas esperanças existentes, a Internet não está a alterar o carácter socioeconómico e o comprometimento cívico nos Estados Unidos". Como na vida cívica offline, há outros factores a ter em conta, como a educação e a capacidade para intervir em acções tão contemporâneas como assinar uma petição online. Mas é preciso compreender melhor estas dinâmicas mediáticas e informativas, pois já não é possível escapar-lhes. As eleições de 2009 em Portugal já decorreram em plena reconfiguração mediática dos espaços informativos.

### **Em que contextos decorreram as campanhas 2009 em Portugal?**

O espaço de actuação dos media deve ser entendido e reflectido no contexto histórico em que se insere. Este foi um ano eleitoral de excepção, desde logo pelo número invulgar de actos eleitorais (a 7 Junho eleições para o Parlamento Europeu, a 27 de Setembro eleições Legislativas e a 11 de Outubro eleições Autárquicas).

A utilização de novos meios de comunicação, como a Internet, a possibilidade de os partidos políticos recorrerem a blogues e a redes sociais e o facto de a informação noticiosa se disseminar por vários meios, nomeadamente pela imprensa em papel e pela imprensa digital, veio criar condições de potenciação da comunicação política e jornalística.

Um outro factor a reter foi a forte disputa partidária, que se acentuou nas eleições legislativas, decorrente de quatro anos de governação socialista (que enfrentou protestos

dos professores e de alunos do básico e do secundário, estes descontentes com o estatuto do aluno, numa acção de participação juvenil) e do facto de o PSD ter sido o partido mais votado nas Europeias. A disputa do voto, nomeadamente de novos votos, como os dos jovens, tornou-se relevante. José Sócrates trouxe para Portugal os responsáveis pela campanha online de Barack Obama para a Presidência dos Estados Unidos, para tentar adaptar o modelo à sua campanha.

No rescaldo das Europeias e já a pensar nas Legislativas e nas Autárquicas, decorreu em Portugal pela primeira, vez no final de Julho, uma BlogConf, ou seja, uma conferência de bloggers (baseada numa conferência de imprensa) com o primeiro-ministro, José Sócrates, que respondeu a perguntas online, apesar de os pormenores técnicos não terem funcionado muito bem, este foi um assunto mediático. No mês seguinte seguiu-se a blogconferência de Francisco Louçã.

O facto é que nestas eleições 2009 todos os partidos com assento parlamentar, bem como as respectivas Jotas, tiveram páginas na Internet. Estas inovações no espectro mediático poderiam fazer prever uma campanha animada pela Internet, especialmente para o público jovem. Terá sido assim?

### **Metodologia e questões-base**

Este trabalho é apenas um resultado embrionário do que se pretende fazer em investigação futura, com desenvolvimento mais aprofundado das questões e também do conjunto dos media envolvidos. A metodologia usada centrou-se em dois grandes eixos de análise: as propostas partidárias e a cobertura noticiosa.

Pretendemos identificar as referências e contextos de juventude por parte dos partidos e assinalar peças jornalísticas com ligações entre os jovens ou a juventude à política e à cidadania ou a diferentes acções públicas ligadas aos jovens. Desejamos por este meio analisar a cobertura noticiosa da juventude em contexto de política/cidadania e de políticas públicas relacionadas com a juventude.

Por um lado, fez-se a verificação dos programas eleitorais de partidos políticos com assento parlamentar, durante as campanhas Europeias e Legislativas, assim como as páginas Web dos partidos políticos (centrando-nos nas páginas de abertura online), que foram observadas nos dias 30 de Maio e 19 de Setembro dentro do período de campanhas oficial (e foram complementadas com as respectivas moradas das juventudes partidárias). Optámos pelas páginas dos partidos e não por blogues ou outros espaços ligados a redes sociais, tendo como linha de pensamento que os partidos, mais do que os blogues, têm responsabilidades de base e tiveram durante estas eleições uma oportunidade única para mostrarem os seus interesses e usarem a Internet como espaço de cidadania, capaz de envolver os cidadãos.

Por outro, analisámos o Diário de Notícias (DN) e o Público (versões impressas e online)

respectivamente nas secções de Portugal (online) e Actual e Política (impresso) no DN; e Política (online) e Destaque eleições (impresso) no Público, durante os dois períodos de campanha oficial. O período de recolha de peças correspondeu aos períodos oficiais de campanha de 25 de Maio a 5 de Junho e de 13 a 25 de Setembro. Dada a escassez de material encontrado (68 peças no total), optámos, para já, por uma análise qualitativa.

Questões-base:

1. Qual é a agenda política durante as campanhas para as eleições Europeias e Legislativas de 2009 relativamente às políticas de juventude, tendo como ponto de partida os programas eleitorais e as páginas dos partidos/coligações com assento parlamentar na Internet?
2. Dentro da cobertura noticiosa do tema há diferenças ou semelhanças na cobertura em online e na cobertura em papel?
3. Depois de identificadas as questões de partida, apresentamos a análise dos dados recolhidos e cujos resultados nos podem dar algumas informações pertinentes sobre as relações entre a política, o jornalismo e a juventude, bem como sobre as implicação das suas acções em época de campanha na agenda noticiosa.

### **Marcas da juventude nos programas partidários**

As marcas da juventude nos programas para as Europeias 2009 e nas páginas dos partidos foram escassas.

As referências à juventude e às políticas de juventude nos programas foram parcas, especialmente no CDS/PP, que tinha uma proposta eleitoral vaga e centrada nas juventudes do partido. Ainda assim, nas outras quatro propostas os temas comumente associados à juventude foram o desemprego e a crise. O PSD e o PS mostraram uma maior diversidade de temas associados à juventude (emprego, criação de uma Carta Europeia para os Estágios, direitos no emprego; e jovens e construção europeia, Erasmus-emprego, ensino superior). Relativamente à composição gráfica do programa do PS, destaca-se o recurso a várias fotografias com jovens, algumas delas retratos, que acabam implicitamente por destacar a importância de uma ideia de juventude e dar a entender que esta é uma preocupação socialista.

Nas páginas online dos partidos não foram encontradas referências aos temas pesquisados, com excepção da CDU (informação sobre acção de campanha) e do Bloco de Esquerda (informação sobre diminuição da idade de voto). Esta notada ausência nos partidos não se verifica nas páginas dos jovens políticos, que têm informação sobretudo sobre acções partidárias, entre as quais as da Jota em si mesma, centradas nas mesmas cores partidárias. Destacaríamos o facto de as informações da JSD serem menos centradas nas questões internas e o facto de a página da JC ser a menos actualizada.

Os programas para as Legislativas revelam um notório aumento das referências à juventude e às políticas públicas que lhes estão associadas, comparativamente com o que aconteceu nas Europeias. Inclusive nas propostas programáticas havia destaques apenas centrados na juventude, complementados com referências, algumas alargadas, ao longo de outras partes dos documentos. O leque dos temas em proposta também se ampliou, mantendo-se o desemprego e a crise como denominadores comuns, acrescentando agora também as propostas na área da Educação, bem como ligadas ao apoio e protecção de crianças e jovens, designadamente os que se encontram em risco.

Para além de anotarmos que, em termos globais, os partidos alargaram as suas propostas e visões da juventude, é também notório que os dois partidos com maior representatividade parlamentar são também os que mais promessas têm em relação à juventude, mostrando um leque de propostas bastante alargado e até coincidente nos temas (cidadania, voluntariado, políticas de família e ligadas aos jovens em risco, empreendedorismo, Erasmus, promoção de saúde e dependências).

Relativamente às entradas das páginas Web, coloca-se a mesma dificuldade das Europeias: os partidos não referenciam o tema juventude. A CDU, porém, manteve-se na mesma linha e divulgou as acções de campanha que envolveram a juventude; no caso do CDS há apenas a assinalar um apelo de Paulo Portas ao voto jovem.

Por seu lado, as páginas das Jotas mostraram uma informação que oscila entre o apelo ao voto e a divulgação de acções internas aos partidos e às juventudes. No caso da JS e da JSD assinala-se a importância que ambas dão a um assunto colateral à campanha, que foi promovido pela JSD: a polémica em torno da licenciatura de José Sócrates. Na JP a informação teve um cariz sobretudo interno, mas foi actualizada e dinâmica por comparação com as outras Jotas. Pelo contrário, os Jovens do Bloco não actualizaram a sua entrada (existente através da página do Bloco), sendo a última informação de 17 de Junho; a Juventude Comunista tinha a página de entrada igual às Europeias.

### **Cobertura noticiosa das eleições europeias**

Depois de termos verificado propostas partidárias no que se refere à juventude e às políticas públicas que lhe estão associadas, iremos olhar para as páginas dos jornais e tentar ver em que contextos é que a juventude entra na agenda do DN e do Público, nas suas versões online e impressas. Estes temas identificados são encontrados nas notícias? A juventude surge como elemento principal das peças ou faz parte de temas e enquadramentos mais vastos, como um enfoque secundário?

Começando por nos referirmos à cobertura noticiosa das Eleições Europeias no DN online, a primeira evidência desta recolha de peças online resulta da fraca quantidade de ligações entre a área da juventude e a política. No DN online a informação encontrada

pode ser dividida em duas esferas. Por um lado, anota-se uma breve que tem como temática uma acção de campanha política centrada na educação; por outro, uma notícia e uma entrevista revelam uma acção de aproximação entre jovens e polícia, através de uma entrevista de jovens ao director da PSP.

Apesar desta quantidade reduzida de peças, todas têm destaque na página de abertura do jornal. Os jornais online possuem mais chamadas e destaques nas páginas de abertura do que os impressos.

A breve "A nossa massa cinzenta é o principal recurso que temos, diz Miguel Portas" (28 Maio 2009) resulta de uma visita de Miguel Portas a uma escola profissional em Salvaterra de Magos. O candidato referiu-se à necessidade de inclusão das profissões e estudos que não passam pela universidade e afirmou que não se conseguirá sair da crise recorrendo a "desigualdades"; para inverter a situação assume que é necessário mudar as políticas europeias. Esta é, aliás, uma das escassas referências a políticas europeias. A narrativa é marcada, sobretudo, pelo discurso "doméstico", apesar de as eleições serem Europeias. A cobertura jornalística desta mesma visita, na edição impressa, tem um acrescento de informação, pois refere o polémico alargamento do voto para os 16 anos (apesar de esta anotação não estar no título, como acontece no Público online).

"Alunos 'entrevistam' director da PSP" (28 Maio de 2009) é o título da notícia que faz o enquadramento à entrevista publicada na íntegra. Estas duas peças configuram uma cobertura de excepção, uma vez que os jovens são protagonistas principais. Estes dois textos tiveram ilustração fotográfica, que mostra jovens em espaço exterior, a caminharem descontraidamente, com um polícia entre eles. A imagem transmite alguma tranquilidade entre polícia e jovens. A foto também acompanha o destaque na entrada da secção Portugal; foi colocada num espaço de relevo, quase no início da página da secção.

A entrada da notícia de enquadramento à entrevista é genérica, não diz quem são aqueles jovens. Apenas sabemos que a entrevista foi feita sem guião e condições prévias e que as perguntas foram "incómodas, agressivas e mostraram porque a 'bófia' nem sempre é bem-vinda" (28 Maio de 2009).

Só no segundo parágrafo é que surge o contexto espacial: é uma escola de Sacavém, onde um aluno esfaqueou outro, sendo ambos de bairros classificados como "de alto risco". Sabemos também que a iniciativa surge da necessidade de tentativa de criar uma melhor imagem da polícia junto dos moradores e dos jovens<sup>2</sup>. Porém, na entrada a polícia foi identificada como "bófia". A utilização desta terminologia remete-nos de imediato para um imaginário da polícia em tom pejorativo, generalizando essa imagem.

Na edição impressa, aumentou o número de peças com ligações entre jovens e política.

---

2 Este mesmo trabalho é publicado na versão impressa, na área dedicada à Segurança. A página onde se lê a peça de contextualização e a entrevista é encimada por cinco "breves" sobre crime e crianças em risco. O contexto gráfico na edição impressa remete para os temas de segurança e crime.

O tema do desemprego, como já acontecia nos programas eleitorais, foi uma tônica dominante nos discursos. Uma notícia que abre a terceira página da Política coloca a juventude em destaque associada ao desemprego. Na secção Política (27 de Maio de 2009), numa página ímpar noticia-se que Paulo Rangel falou aos estudantes da Universidade de Braga sobre Educação e sobre a vantagem de um Erasmus para o emprego. O tema do desemprego e das condições financeiras será, aliás, recorrente. "Sem soluções para os jovens não há solução para a crise" (31 de Maio de 2009), anota Manuel Carvalho da Silva (CGTP) num almoço convívio da CDU.

Quais são as Jotas que entram no discurso noticioso? Se pensarmos no contexto da globalidade do jornal e da cobertura política, as referências às Jotas são muito pouco expressivas, mas há umas que se destacam mais do que outras, não só pela associação residual à sua performance nas arruadas, mas também em relação a intervenções de sua iniciativa. No DN, por exemplo, a JSD da Madeira traz à agenda as dificuldades de votos dos jovens do continente que residem na Madeira, para os quais é importante o voto electrónico. Outro enquadramento a anotar é o destaque dado a uma breve que protagoniza a JS e a sua importância na campanha de Vital Moreira.

Uma reportagem assinada por quatro jornalistas analisa o papel dos assessores nas campanhas. A tônica do recurso a assessores jovens é dominante e claramente associada à ideia da juventude dos próprios e ao empreendedorismo que implementam na campanha. Apesar de esta reportagem ser uma cobertura de excepção, até pelo género jornalístico em causa, e de estar associada a um ideal de juventude, centra-se sobretudo na actividade de assessoria e não em temáticas relacionadas com a juventude.

No Público online, seleccionamos três notícias, duas delas com chamada na página de abertura e uma com destaque na política. Revelam um destaque temático muito circunscrito nas associações entre a participação e o voto e têm como fonte o Bloco de Esquerda.

Miguel Portas e Francisco Louçã são os protagonistas das peças. Na primeira, "Miguel Portas defende voto aos 16 anos" (26 de Maio de 2009) e o seu contexto refere-se à mesma visita a Salvaterra de Magos que também foi encontrada no DN. Mas que aqui tem um enquadramento diferente, enquanto o DN pegou nas questões educativas, o Público centrou-se numa perspectiva mais polémica: a antecipação do voto para os 16 anos. Esta peça teve uma entrada destacada na política, com uma foto de Miguel Portas, com uma pose descontraída.

No dia seguinte, o Público dramatiza o discurso, com uma pequena chamada na página de abertura: "Miguel Portas dramatiza abstenção" (27 de Maio de 2009). Em Famalicão e em Braga o candidato dá conta da necessidade do voto e desdobra-se em contactos com os jovens e potenciais votantes. Note-se que este mesmo evento de campanha foi inserido numa peça da edição impressa sobre "O que os candidatos vão fazer para evitar a abstenção" (27 de Maio de 2009), embora aqui haja uma referência ao facto de ser necessário votar, mas não à possibilidade de o fazer aos 16 anos.

O voto continua a ser o tema dominante na recta final da campanha: "Louçã mostra-se prudente sobre eventual duplicação de votos do BE" (3 de Junho de 2009). Na semana das eleições, Louçã relembra a volatilidade do voto jovem, tido como importante fatia do eleitorado do Bloco. Esta chamada tem uma foto de rua, na qual se vê Louçã entre populares, com uma pose bastante descontraída. A chamada aparece na primeira coluna do jornal, por baixo de uma peça do PS e por cima de uma do PP.

Na edição impressa, este jornal optou por centralizar a informação política na secção criada para as eleições, Europeias 09.

Uma chamada da primeira página no canto inferior do jornal "Candidatos unidos contra o voto obrigatório" (29 de Maio de 2009) remete-nos para duas páginas na secção Europeias 09, nas quais enquadrados no tema da abstenção e da necessidade de captar eleitores, os partidos são auscultados e revelam opiniões, designadamente sobre o alargamento do voto para os 16 anos. Nestes trabalhos, a cobertura fotográfica é muito ilustrativa da ideia de juventude associada ao Bloco de Esquerda. Há quatro fotografias, dois retratos de Laurinda Alves e de Morais Sarmiento, uma fotografia de exterior com Ilda Figueiredo e uma fotografia exterior de Miguel Portas, esta fotografia particular mostra-o ladeado por jovens.

No último dia de campanha (5 de Junho de 2009) o público, no seu *dossier* Europeias 09/ Destaque na página 2 e 3, traz uma reportagem sobre as arruadas dos candidatos no Porto (PS, PSD, PCP e Bloco de Esquerda), a única Jota a ser referida (pelo barulho que fazia) foi a JSD.

### Cobertura noticiosa das eleições legislativas

No DN online cinco das seis peças recolhidas a propósito das legislativas estão ligadas aos partidos políticos, apenas uma é que tem um enquadramento de excepção. Começando por esta mesma, "Uma geração à procura de um lugar no mercado" (21 Setembro de 2009), teve uma chamada na página de entrada do jornal, ainda que não fosse destacada.

Esta peça avança, concretamente, com a necessidade de políticas públicas no domínio do emprego para os jovens, alertando-se para as especificidades do desemprego juvenil, a par das suas consequências sociais. Apresenta fontes diversificadas: o secretário de Estado da Juventude e do Desporto e o sociólogo Elísio Estanque, CGTP, Movimento Fartos d'Estes Recibos Verdes. Percebendo-se a cobertura de excepção, também nos interrogámos sobre qual era o seu propósito. Só quando iniciámos a análise da versão impressa entendemos que, na base, fazia parte de um destaque sobre juventude. Este tinha informação trabalhada de forma mais integrada, distribuída por duas páginas dedicadas apenas à juventude, na linha de outros trabalhos especiais sobre temas como as Forças Armadas, a Criminalidade e a Educação.

Neste mini-*dossier*, o texto de destaque de abertura de cima de página associa logo a juventude ao problema do desemprego e o título de abertura das duas páginas é igual ao do online, "Uma geração à procura de um lugar no mercado" (21 Setembro de 2009). Para

além da peça principal, o mini-*dossier* na versão impressa tem ainda três peças de enquadramento específico. Uma com um jovem de 19 anos que foi o rosto das manifestações estudantis do Básico e Secundário e se tornou dirigente da associação Age!, mantendo o seu discurso de oposição ao Estatuto do Aluno. Não nos esqueçamos que, nos mais novos, as acções de participação começam sobretudo por se manifestar nas escolas, tendo como base os mecanismos de participação a que os jovens têm acesso e que não são o voto. A educação sexual e a luta dos jovens nas zonas mais rurais para singrarem no mercado de trabalho, que os conduz à perspectiva de saírem para as grandes cidades, são outras das matérias jornalísticas.

Neste trabalho foram assinaladas algumas preocupações de partidos políticos encontradas nos programas eleitorais. Na globalidade este mini-*dossier*, assinado por uma jornalista, revela um esforço de tratamento diversificado das questões que afectam a juventude. *Este é, igualmente, um exemplo paradigmático de como a informação no online e no impresso tem características diferentes e da forma como o online é ainda mais fragmentado. Na realidade não se percebia muito bem no online qual tinha sido o contexto do texto, só o olhar da versão impressa permitiu essa percepção.*

Ainda no online, as duas reportagens de rua deste período de campanha eleitoral assinalam arruadas do BE e do PSD. O discurso da arruada do PSD com Marques Mendes faz a associação entre juventude e necessidade de esperança e apelo ao voto útil.

Já "O partido caloiro foi vítima de uma praxe em Coimbra" (22 Setembro de 2009) reforça a associação do BE a um eleitorado jovem, como aliás já tínhamos verificado nas Europeias. Neste caso, o título é coadjuvado por uma imagem descontraída e divertida de Louçã. O título continua a apontar para esta colagem do Bloco à juventude, mas o texto dá-nos outra perspectiva. Louçã ouviu algumas críticas vindas de jovens estudantes do PSD e no fim da peça recorda-se que as pessoas que estiveram a cumprimentar Louçã durante esta acção eram mais velhas, contrapondo-se aqui a noção de eleitorado jovem associado ao Bloco, e que domina a sua imagem e até identidade. A juventude aqui está intimamente ligada a referências ao partido, assumindo ele mesmo o protagonismo da juventude.

Por último, fica aqui assinalado um *fait divers* que tem como protagonista Paulo Portas, anunciado por uma jovem entusiasta como o próximo primeiro-ministro. Nesta peça evidenciaram-se ainda críticas a Sócrates e à mandatária para a juventude, Carolina Patrocínio. O pretexto foi um agradecimento ao empenho na campanha dos jovens da Juventude Popular – que "tiram os caroços das cerejas e, se for preciso, até comem a grainha das uvas".

Na edição impressa do Diário de Notícias, noticia-se o livro de Jorge Sampaio, que, segundo este jornal, explica a política e a cidadania aos jovens e se destina a jovens e a pais que "já" não falam de política (18 de Setembro de 2009). A peça tem um tom pedagógico, assinalando-se a junção positiva de três elementos: a juventude, a política e o exercício da cidadania. O livro volta a ser referido numa breve a 20 de Setembro.

Na edição de 17 de Setembro vemos que os jovens da CDU receberam Jerónimo de Sousa de "Braços Abertos", na Marinha Grande, repetindo-se a peça no impresso e no online: "Jerónimo conta com o afecto dos jovens da CDU" (17 de Setembro de 2009). O título refere um Jerónimo de Sousa positivamente ligado aos jovens, mas a fotografia que acompanha o texto, mostra Jerónimo com um apoiante da sua geração, revelando-se aqui algumas contradições de discursos.

O único artigo de opinião que recolhemos foi assinado por João Lopes no dia 24 de Setembro e tem como mote de análise um cartaz da JSD. Ao longo do mês foram, de resto, várias as referências aos jovens do PSD, nas suas acções de apoio ao partido.

No Público online destaca-se graficamente uma chamada que encima a página de abertura do jornal – de facto é a peça mais destacada de todas as edições online dos dois jornais. Porém, está apenas em causa uma breve – "Líder da JSD atira licenciatura de Sócrates para a campanha eleitoral" (16 de Setembro de 2009) –, que tem como tema um assunto externo às eleições. No dia 17, o Público impresso também faz uma notícia destacada das declarações do líder da JSD sobre a licenciatura de Sócrates, numa acção de campanha do PSD, na qual estava Manuela Ferreira Leite.

Por contraste a este destaque, no online uma entrada de uma linha de título, sem qualquer realce na secção Política, introduz o *link* da notícia "Jorge Sampaio partilha com mais jovens experiência de vida através de livro" (18 de Setembro de 2009). Esta peça teve mais destaque no DN, por contraposição com a cobertura do Público.

"BE: História do 'jovem da Moita' transformou-se em alegoria dirigida aos indecisos" (16 de Setembro de 2009) faz do BE mais uma vez um foco de notícia, estando no cerne desta questão uma situação mais uma vez ligada aos indecisos, à abstenção e ao voto.

Na edição impressa, as associações da juventude à política são novamente mais frequentes do que no online. Podemos encontrar algumas associações recorrentes, designadamente quanto aos temas, às Jotas, ao pedido de voto (na recta final da campanha PSD e PS apelaram ao voto jovem) e à forma como os partidos projectam a sua imagem de juventude.

Quando o Público pergunta: "Apesar da melhoria que é esperada, o desemprego, por reagir mais tarde, deverá manter-se em crescimento ainda durante algum tempo. Que soluções alternativas às actuais defende como forma de protecção dos desempregados?" (15 de Setembro de 2009), nas respostas, três partidos manifestaram as suas preocupações face ao desemprego e aos jovens: CDS, CDU e Bloco. Os dois primeiros revelaram preocupação específica com a necessidade de serem abrangidos pelo subsídio de desemprego.

Tendo como ponto de partida a presença das campanhas socialistas e social-democrata em Santarém, o Público de dia 16 edita uma reportagem sobre as arruadas, na qual destaca o facto de as campanhas estarem afinadas e as juventudes partidárias estarem em consonância com os seus partidos. A JSD é colada ao facto habitual, segundo o Público,

de ensaiar músicas populares adequadas à campanha; a JS a concertinas, bombos e distribuição de material de propaganda. De anotar que nenhuma das Jotas se encontra nas fotografias com os líderes, que compõem a imagética da peça e que o seu papel necessário de associações partidárias pró-activas é comprometido negativamente pelo papel mediático quase exclusivo de participarem com cânticos e em distribuição de materiais de promoção.

No dia 24 de Setembro, um pequeno destaque do Público veicula uma informação da Jota sobre a quantidade de quilómetros que Manuela Ferreira Leite percorreu ao longo das legislativas, na peça maior refere-se um encontro da líder com jovens em Santa Maria da Feira. Na realidade, a JSD foi a Jota mais destacada, mas o seu papel esteve praticamente confinado aos cânticos, à licenciatura do primeiro-ministro e, agora, aos quilómetros que Manuela Ferreira Leite percorreu.

A recorrente esgrima pelo título de "jovem" esquerda é evidenciada numa reportagem sobre o Bloco e a CDU, intitulada "A diferença entre o *swing* e o folclore" (24 de Setembro de 2009), sobre os dois estilos de fazer política. Refere-se o facto de o Bloco ter crescido na retirada de votos ao PS e à CDU e também na conquista de votantes jovens. Nesta mesma peça, diz-se que a CDU tem "alguns jovens" naquela que é denominada de eleição dos pequeninos.

O Bloco e a CDU são, aliás, os partidos que mais estão ligados a esta disputa entre os eleitores jovens. A visita de Jerónimo de Sousa à Marinha Grande (como aconteceria em Setúbal) esteve associada aos jovens e ao seu apoio à candidatura comunista; num local de tradição da resistência anti-fascista não foram os mais novos mas sim os mais velhos a destacar-se no apoio ao PCP. De visita ao Alentejo, Francisco Louçã não se esqueceu de assinalar o êxodo dos mais novos para as grandes cidades.

## Discussão de dados

O primeiro elemento a reter é que as ligações entre juventude e política aparecem em menor quantidade na edição online do que na impressa, mas conseguem ter mais destaque em termos de espaço nas páginas de entrada dos jornais, especialmente no caso do DN e também no Público nas Legislativas.

A cobertura no online é mais fragmentada do que a impressa e estamos quase sempre a falar de juventude e de jovens no abstracto, sem especificar de que jovens e juventudes se escreve. Esta juventude é sobretudo uma juventude com problemas de empregabilidade, associada à Educação, e factor de disputa política por causa da abstenção e da necessidade de voto. É uma juventude que surge "por arrasto" no discurso político da cobertura de campanhas políticas. Com raras excepções, a juventude é um tema secundário, que adorna e alimenta outros temas principais das notícias.

A cobertura denotou também uma disputa por parte dos dois partidos minoritários de esquerda pelo voto jovem. São os dois partidos que mais aparecem associados à juventude, designadamente a uma auto-ideia de juventude associada ao Bloco e também reclamada pelo PCP.

A notória ausência de notícias sobre actividades de participação juvenil positiva e a anotação de que a informação sobre jovens e política é ainda mais fragmentada e pobre no online, faz pensar sobre as estratégias comerciais e informativas dos jornais. Não estarão eles interessados em sobreviver?

Pensando nos dados encontrados na análise dos programas eleitorais e das páginas Web dos partidos e na cobertura noticiosa dos assuntos ligados aos jovens/política/cidadania, podemos dizer que os temas dominantes dos programas, o desemprego/ crise e a educação, estiveram presentes nas peças recolhidas, mas não temos elementos suficientes para dizer que esta foi uma relação de permeabilização da agenda noticiosa à política.

Os media interpõem-se "entre a palavra política e o público à qual se destinam" (Salgado, 2007: 26). A estes filtros juntam-se os destinatários activos (ibidem) e acrescentamos neste contexto as mediações entre os espaços políticos originais, as suas montras públicas (as páginas Web) e os seus públicos (eleitores, partidários, jornalistas). "O que nos leva a questionar sobre a integridade da mensagem assim transmitida. Por outras palavras: o que resta da palavra política original após atravessar todo este percurso?" (Salgado, 2007: 26).

Relativamente aos programas eleitorais e à cobertura noticiosa, para além do que já foi dito, os dados indiciam que os dois partidos que mais se esforçaram por terem programas que contemplam diversificadamente a juventude não são os que mais lhe estão associados nos jornais (PS e PSD). As suas ligações à "juventude" nos jornais foram residuais e não trouxeram para a agenda espaço de discussão do tema. Susana Salgado aponta que os espaços mediáticos reflectem os "assentos" do parlamento, mas essa não foi a corrente que encontramos neste estudo, mais centrado nesta relação entre os jovens, a cidadania e a política nos media. Porque acontece esta situação? O tema não passa de um plano programático?

Há outros elementos interessantes, como o facto de a licenciatura de Sócrates ter sido a peça mais destacada de uma juventude partidária e também ela ter sido protagonista de disputa nas páginas da JSD e da JS; a presença de jovens nas acções de campanha do PCP foi notória nos jornais e também na própria página da CDU; um dos temas mais polémicos e destacados que tive como "promotor" o Bloco de Esquerda também esteve na página do partido (diminuição da idade de voto); a página da JSD foi um das mais actualizadas em termos informativos e esta também é a Jota mais destacada.

A Internet poderia ter sido um espaço público de reflexão e um espaço de proximidade por parte dos partidos, mas para tal seria necessário interesse em fazê-lo. Na realidade, não houve uma preocupação ou interesse em actualizar as páginas dos partidos e das Jotas. Por exemplo, nos EUA, desde 2004 tem havido uma tentativa de aproximar os jovens

da política, nomeadamente através de programas que lhes chamem a atenção e também através da Internet, apesar de esta não poder ser encarada como a salvadora da pátria. Na realidade pode potenciar a disseminação de informação. Por isso, estes dados fazem-nos pensar sobre a relevância que é dada à Internet como espaço de projecção da política e da cidadania.

## BIBLIOGRAFIA

Aaron Smith, K. L. S., Sidney Verba, Henry Brady (2009). *The Internet and Civic Engagement*. Washington, Pew Internet & American Life Project.

Cushion, S. (2009). "Discouraging citizenship? Young people's reactions to news media coverage of anti-Iraq war protesting in the UK." *Young* 17(2): 123-143.

Cushion, S. (2008). "Os baldas tomaram as Ruas': Jovens, política e cidadania no Reino Unido." *Media & Jornalismo* 13: 77-94.

Esser, F. e C. H. d. Vreese (2007). "Comparing Young Voters' Political Engagement in the United States e Europe." *American Behavioral Scientist* 50(9): 1195-1213.

Kiousis, S. and M. McDevitt (2008). "Agenda Setting in Civic Development: Effects of Curricula and Issue Importance on Youth Voter Turnout." *Communication Research* 35(4): 481-502.

Magalhães, P. e J. S. Moral (2008). *Os Jovens e a Política*. Lisboa, Centro de Sondagens e Estudos de Opinião da Universidade Católica Portuguesa.

Ofcom (2009). *The Communications Market 2009*. Londres, Ofcom.

Patterson, T. E. (2007). *Young People and News*. Massachusetts, Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy.

Patterson, T. E. (2003). "Tendências do Jornalismo Contemporâneo - Estarão as notícias leves e o jornalismo crítico a enfraquecer a democracia?" *Revista media & Jornalismo* 2: 19-47.

Press, Pew Research Center for the People & the. (2009, 5 de Junho). "Gen Next Squeezed By Recession, But Most See Better Times Ahead." 5 de Junho.

Ridout, T. N. e R. Mellen, Jr. (2007). "Does the media Agenda Reflect the Candidates' Agenda?" *Harvard International Journal of Press/Politics* 12(2): 44-62.

Salgado, S. (2007). *Os Veículos da Mensagem Política*. Lisboa, Livros Horizonte.

Tedesco, J. C., M. S. McKinney, et al. (2007). "On the Young Voters' Agenda: Exploring Issue Salience During the 2004 Presidential Election." *American Behavioral Scientist* 50(9): 1290-1297.

**FONTES DE SUPORTE ELECTRÓNICO:**

"Blogs políticos em Portugal: O dispositivo criou novos actores?" [http://www.bocc.ubi.pt/pag/\\_texto.php3?html2=canavilhas-joao-politica-e-weblogs.html](http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=canavilhas-joao-politica-e-weblogs.html) By Canavilhas, João [Consultado em Julho de 2008]

CDU – [www.cdu.p](http://www.cdu.p)

CDS – [www.cds.pt](http://www.cds.pt)

Bloco de Esquerda – [www.bloco.org](http://www.bloco.org)

JCP – [www.jcp-pt.org](http://www.jcp-pt.org)

JP – [www.juventudepopular.org](http://www.juventudepopular.org)

JS – [www.juventudesocialista.org](http://www.juventudesocialista.org)

JSD – [www.jsd.pt](http://www.jsd.pt)

PCP – [www.pcp.pt](http://www.pcp.pt)

PSD – [www.psd.pt](http://www.psd.pt)

**OUTRAS FONTES**

Programas Partidários das eleições Europeias e Legislativas 2009 (PS, PCP, Os Verdes, Bloco de Esquerda, PSD e CDS)

*Diário de Notícias*

*Público*