

RAE-IC, Revista de la Asociación Española de
Investigación de la Comunicación

vol. 9, núm. Especial (2022), 2-22

ISSN 2341-2690

DOI: <https://doi.org/10.24137/raeic.9.e.1>

Recibido el 15 de febrero de 2022

Aceptado el 16 de mayo de 2022



Las elecciones portuguesas de 1975 en la prensa: cobertura informativa y propaganda política en la campaña electoral

*The Portuguese elections of 1975 in the press: news coverage and political
propaganda in the electoral campaign*

Lima, Helena

Universidade do Porto (UP)

hllima@letras.up.pt

Forma de citar este artículo:

Lima, H. (2022). Las elecciones portuguesas de 1975 en la prensa: cobertura informativa y propaganda política en la campaña electoral. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 9(Especial), 2-22.

<https://doi.org/10.24137/raeic.9.e.1>

Resumen:

Las elecciones portuguesas para la Asamblea Constituyente, realizadas a 25 de abril de 1975, fueron el momento histórico en el que el pueblo portugués pudo ejercer el derecho al voto, después de 48 años de dictadura. Los medios de comunicación tuvieron un papel fundamental en la difusión de las campañas partidarias. Sin embargo, la evolución del proceso revolucionario tuvo un impacto en el periodismo portugués. Este estudio busca comprender la influencia de la propaganda en la prensa durante la campaña electoral, analizando el contenido de las noticias publicadas, los elementos de

composición periodística y también ciertos efectos discursivos, con el fin de comprender posibles procesos de sesgo informativo. Después de la Revolución de abril de 1974, se produjo un fortalecimiento del poder de los militares y una radicalización de la vida política, contexto en el que se celebraron las primeras elecciones democráticas. Las elecciones son reconocidas como centrales en la agenda de noticias y las organizaciones periodísticas a menudo desarrollan estrategias para una cobertura completa y capaz. Sin embargo, el foco noticioso de este proceso puede haber sido desviado, ya que el papel de los periodistas (Mesquita, 1994b; Gomes 2014) o la intervención directa de la V División del MFA actuaron como factores activos de propaganda (Ribeiro, 2014).

Palabras clave: peso revolucionario, elecciones, campaña electoral, periodismo, prensa, propaganda.

Abstract:

The Portuguese elections for the Constituent Parliament, on 25 April 1975, portrayed a historic moment in which the Portuguese people could exercise the right to vote, after 48 years of dictatorship. The media played an essential role in publicizing the parties' campaigns. However, the evolution of the revolutionary process had an impact on Portuguese journalism. This article seeks to understand the influence of propaganda in the press during the electoral campaign, by analyzing the news content of, elements of journalistic composition and also on given discursive effects, in order to understand possible processes of news bias. After the April Revolution, there was a strengthening of the power of the military and a radicalization of political life, a context in which the first democratic elections were held. Elections are recognized as central to the news agenda and media organizations often develop strategies for capable and comprehensive coverage. However, the journalistic approach to this process may have been influenced, since the role played by journalists (Mesquita, 1994b; Gomes 2014) or the direct intervention of the V Division of the MFA acted as active propaganda factors (Ribeiro, 2014).

Keywords: Revolutionary process, elections, election campaign, journalism, press, propaganda.

1. INTRODUCCIÓN

Las elecciones portuguesas para la Asamblea Constituyente, celebradas el 25 de abril de 1975, fueron el primer momento histórico en el que el pueblo portugués pudo ejercer el derecho al voto, después de 48 años de dictadura. La elección de la fecha no fue casual, correspondía a la promesa de la Revolución de abril de 1974, que derrumbó la dictadura, y a la vez, marcó simbólicamente el aniversario del victorioso Movimento dos Capitães. En este primer acto electoral, la prensa y los medios de comunicación en general jugaron un papel fundamental en la difusión de las campañas partidarias. Sin embargo, la evolución del proceso revolucionario tuvo un impacto en el periodismo portugués. Este artículo busca comprender la influencia de la propaganda en la prensa durante la campaña electoral, analizando el contenido de las noticias publicadas, por los elementos de composición periodística y también sobre ciertos efectos discursivos, con el fin de comprender posibles procesos de sesgo informativo.

El final de la dictadura fue un momento celebrado por los portugueses, que desde el principio apoyaron el Movimiento de las Fuerzas Armadas (MFA). Sin embargo, los meses que siguieron fueron social y políticamente problemáticos y el país llegó al borde de la guerra civil. El clima de “el poder está en la calle” se tradujo en flujos sucesivos y sistemáticos de información propagandística, acompañada de fuerte presión editorial sobre las redacciones.

Un factor de transformación esencial en los primeros momentos de la revolución fue la legalización de los partidos políticos. Las nuevas organizaciones partidarias, así como el MFA u otras asociaciones cívicas, cambiaron la agenda mediática. El efecto de la propaganda de las fuerzas políticas y de los movimientos reivindicativos alteró el contenido de la información, siendo la prensa vista como parte de la estrategia de marketing político.

Los meses que siguieron al 25 de abril vieron el fortalecimiento del poder del MFA y el fortalecimiento del Partido Comunista y otras organizaciones de extrema izquierda,

confiriendo una estrategia más radical predominante al movimiento militar. Después del intento fallido del golpe militar del 11 de marzo, impulsado por el general António Spínola, y hasta el “Verão Quente de 1975” (verano caliente), Portugal vivió el PREC, el Proceso Revolucionario en Curso, que pretendía establecer el “camino al socialismo”.

Es en este contexto que se realizan las primeras elecciones democráticas. Después de 48 años de dictadura, los medios portugueses pueden cumplir su papel de servicio público y elemento de la ciudadanía, proporcionando la información necesaria sobre los programas y acciones de los partidos, en un proceso típico de las democracias occidentales.

Las elecciones son reconocidas como centrales en la agenda de noticias y las organizaciones de medios a menudo desarrollan estrategias para una cobertura completa y capaz. Sin embargo, el abordaje periodístico de este proceso de 1975 puede haber sido comprometido, ya que el papel de los periodistas (Mesquita, 1994b; Gomes 2014) o la intervención directa de la V División del MFA actuaron como factores activos de propaganda (Ribeiro, 2014).

2. PUBLICIDAD, PRENSA Y REVOLUCIÓN

La prensa portuguesa vivió un largo período de condicionamiento informativo, en el cual la censura y el aparato represivo contribuyeron a un ambiente de propaganda, contribuyendo para que el Estado Novo impusiera un modelo cultural, en el sentido enunciado por Lasswell (1927), en el que se desarrollaron actitudes culturales construidas alrededor de este modelo. En una estrategia articulada de persuasión y miedo, que le garantizó una gran efectividad (O’Keefe, 2002), el mensaje impuesto por la dictadura influyó en diferentes agentes de difusión de ideas, incluidos los medios de comunicación. El periodismo portugués estuvo condicionado, en general, por la capacidad del aparato represivo intelectual, pero también por otros elementos de persuasión, como el chantaje económico, las acciones de campaña u otras formas más sutiles, que también dieron lugar a procesos de autocensura.

La revolución portuguesa de 1974 terminó con el régimen dictatorial de censura, pero, ya sea por el curso de los acontecimientos o por la inexperiencia en los procesos de comunicación, se diseñó un nuevo marco político donde se sintieron nuevos elementos de censura, así como la influencia de la propaganda en el contenido de noticias. Sin embargo, este período no debe entenderse como el anterior, en el sentido de un modelo de sistematización o propaganda estructurada. Dado que este concepto no es lineal y puede admitir múltiples aproximaciones, desde un marco teórico general, intentaremos comprender cómo algunos de los elementos que integran la perspectiva de la propaganda están presentes en la cobertura periodística durante la campaña electoral de 1975.

Propaganda es un término controvertido, susceptible de diversos enfoques analíticos y metodológicos. Se le otorga una calificación particularmente negativa cuando se la entiende como una comunicación gubernamental estructurada para formar la opinión pública, como ocurrió en la Primera Guerra Mundial (Socolow, 2007). Este marco tiene inherente la idea de manipulación de símbolos de significado para lograr comportamientos colectivos (Lasswell, 1927). Pero los formatos de propaganda política evolucionaron a lo largo del siglo XX, condicionados por las nuevas formas de comunicación política, pero también por la propia estructura de los medios e comunicación y las organizaciones políticas y gubernamentales.

En el campo de las noticias, se produjo un proceso de disociación entre contenidos propagandísticos y publicitarios, como se puso de manifiesto en el caso americano con la publicación de los principios de la American Society of News Association Stateman of Principles en 1923, que ha inspirado a los periodistas y su conducta hasta la actualidad. Este proceso de construcción del *ethos* periodístico también es subrayado por Schudson (1978), cuando equipara la necesidad de los periodistas de buscar la objetividad, en el resultado de múltiples causalidades, pero particularmente como una respuesta de afirmación profesional, frente a las consecuencias de la propaganda en la Gran Guerra. Aun así, la objetividad es un concepto difuso, incluso en diferentes profesiones, pero en el campo periodístico prevalece como un horizonte a alcanzar, con el vínculo al hecho, que el autor remite a la declaración de la fuente. Aún en este modelo en el que prevalece

la práctica y la ética periodística, como es propio de los regímenes democráticos, la permeabilidad de la función informativa en relación con las estrategias propagandísticas montadas por organizaciones políticas o de otra índole sigue siendo una realidad sistemática, presente en el panorama mediático actual (Schudson, 2002). Schlesinger (1989) refuerza esta idea al equiparar la naturaleza de las fuentes informativas y la idea de acceso privilegiado al campo mediático por parte de determinadas élites.

Las acusaciones contra el campo periodístico de ser un facilitador de la propaganda han persistido y son evidentes los peligros del mensaje propagandístico que se esconde detrás del discurso informativo. La pérdida de credibilidad tendrá un costo en el proceso de confianza que se establece entre el periodismo y el público, tema que ha sido abordado sistemáticamente en los últimos tiempos, y en particular en el período de pandemia que atravesamos, en el que se intenta deliberadamente desacreditar a periodistas, fuentes e información científica.

En el caso de regímenes dictatoriales, como los de Portugal y España, el modelo propagandístico se aplicó al campo informativo, inserto en un contexto de censura y represión. En el caso portugués, la Revolución del 25 de abril de 1974 podría haber llevado a los periodistas a optar por una posición equidistante en relación su con las fuentes y intentos de presión. Sin embargo, el contexto revolucionario impidió, al menos parcialmente, que los periodistas y los medios de comunicación se posicionaran en una perspectiva de mayor neutralidad frente a los hechos que se desarrollarían entre 1974 y 1975.

No es propósito de esta investigación encontrar las causas de la afirmación del periodismo *partisan* con orientación revolucionaria. Solo pretendemos discutir algunos de los aspectos que subyacen a la permeabilidad de las redacciones frente a la narrativa propagandística y cómo se pueden detectar en las noticias sobre la campaña electoral de 1975. El período revolucionario corresponde de alguna manera a esta perspectiva presentada por Jacques Ellul (1973, xiii): “In propaganda we find of psychological influence combined with techniques of organization and the envelopment of people with the intention of sparking action.” Los distintos actores que buscaban ejercer su

influencia en un clima de agitación revolucionaria utilizaron técnicas de influencia, de persuasión, pero también de represión. Las técnicas de agitación y propaganda fueron características de las organizaciones políticas de inspiración marxista-leninista (*agit-prop*), que formaron parte del ambiente revolucionario que siguió al 25 de abril de 1974, en donde se entendían el papel central de los medios de comunicación, como parte de su estrategia.

Pero las acciones de propaganda no se limitaron a esta práctica ideológica de los partidos de izquierda revolucionaria. Las demás organizaciones políticas también buscaron influir en la opinión pública, ya sea a través de prácticas de militancia o tratando de hacerse oír en los medios de información, lo que llevó a la creación de nuevos periódicos, en un intento de equilibrar el discurso dominante en la prensa diaria nacionalizada.

Por su parte, los militares también tenían conceptos sobre las capacidades de propaganda, aprendidos en el contexto de la guerra colonial, pero también en las misiones de la OTAN (Organización del Tratado del Atlántico Norte)¹. El condicionamiento de la prensa se sintió de diferentes maneras, pero la creación de la 5ª División del Estado Mayor General de las Fuerzas Armadas, en junio de 1974, fue un elemento decisivo para una comunicación más estructurada, por parte de los militares revolucionarios (Ribeiro, 2014).

3. EL CONTEXTO REVOLUCIONARIO Y LA PRENSA

La revolución portuguesa del 25 de abril de 1974 trajo una nueva era a los medios de comunicación social portugueses. El fin de la censura fue el efecto inmediato, pero el período de gran agitación política que ocurrió hasta 1975, que llevó a una enorme presión sobre los medios de comunicación, colocándolos en el centro de los acontecimientos. El Proceso Revolucionario en Curso (PREC), definido como “el camino al socialismo”, propició la creación de nuevos modelos de gestión en las

¹ Otelo Saraiva de Carvalho, por ejemplo, dirigía la Sección de Radiodifusão e Imprensa (SRI) de la Secretaria de Assuntos Cívicos y Acção Psicológica (Repacap) en Guinea portuguesa, cuya misión era “cocinar toda la (des)información” que luego era transmitida por los medios de comunicación en esa provincia y en la Metrópoli (Carvalho, 2014: 72)

empresas de comunicación y prensa, donde las organizaciones obreras, apoyadas por los militares en el poder, expulsaron a administradores y otros cuadros anteriormente vinculados a la dictadura.

La libertad de prensa se convirtió en uno de los aspectos esenciales del debate en este período. Rápidamente se redactó una ley de prensa, aprobada en febrero del año siguiente, que garantizaba la libertad de expresión. Sin embargo, la nueva legislación fue ampliamente cuestionada por los sectores revolucionarios más radicales y se implementaron nuevas restricciones legales para contradecir el espíritu de la Ley de Prensa de 1975, como la comisión *had hoc* para la prensa (Gomes, 2021; Lima 2014).

A pesar del radicalismo que se produjo en este período, los sectores más moderados terminaron por aprobar la nueva ley. Los medios periodísticos virón la nueva legislación desde dos perspectivas: una, más revolucionaria, cuestionó su necesidad, la otra, más moderada, abogó por la aprobación del documento. La radicalización de los periodistas, similar a lo que estaba ocurriendo en diferentes sectores de la sociedad, llevó a algunos diarios a adoptar un discurso más comprometido, más revolucionario. Pero no todos los profesionales se contagiaron de esta corriente y querían una legislación que enmarcara el ejercicio de una prensa libre. Esta se convertiría en la posición ganadora con la aprobación de la Ley de Prensa de 1975 y posterior reconocimiento en la Constitución Portuguesa de 1976.

Aunque la legislación fuese, otras medidas pudieron condicionar la información. Hubo excepciones de carácter político, intentos de control ideológico y manipulación estructurada de la información y la dinámica de la lucha partidista entró en las redacciones. Los momentos de mayor convulsión política también llevaron a la suspensión o destrucción de periódicos.

Los conflictos laborales o políticos tenían gran repercusión en la prensa y los militares eran llamados a intervenir, como en los casos del periódico República y el Radio Renascença. Los propios militares buscaron crear mecanismos que contradecían el espíritu de la Ley de Prensa.

Uno de los factores que facilitó el control de la información fue la legislación emitida el 11 de marzo de 1975, un intento de golpe militar que fue reprimido por los Militares de abril. En consecuencia, los principales grupos económicos portugueses fueron nacionalizados y con ellos los periódicos que eran propiedad parcial o total de estas grandes corporaciones, pasando la prensa a ser estatal o parcialmente detenida por el estado². Esta medida generó cambios a nivel de la administración, pero también favoreció la lucha por el control de los periódicos por parte de las facciones revolucionarias más radicales.

Por su parte en el campo de las fuerzas armadas revolucionarias, el Conselho da Revolução y el V Governo Provisório tenían una perspectiva muy peculiar sobre el papel de los medios de información en el proceso revolucionario, en que se incluía una clara función propagandística. Durante el “Verão Quente de 1975”, esta perspectiva estuvo presente, por ejemplo, en el Programa de Acção Política (PAP), de Junio de 1975, que explicaba el papel de los medios de comunicación en la construcción del socialismo: “La movilización del pueblo portugués hacia el socialismo exige, además de una nueva política de información, una acción dinámica constante que, con la presencia y la práctica, haga visibles y operativas las recomendaciones y programas que emanan de los órganos centrales” (<http://www1.ci.uc.pt/cd25a/wikka.php?wakka=estrut07>).

Es en este contexto de lucha ideológica, en el que los medios de comunicación también fueron entendidos como una herramienta política, lo que llevó a varios conflictos graves, como fue el caso de *Rádio Renascença* y en diarios como *República* y *Século* (Mesquita, 1994a; Ribeiro 2002).

Fue bajo este intenso combate político que, el 25 de abril de 1975, un año después de la Revolución, los portugueses fueron llamados a elegir libremente, por sufragio universal, una Asamblea Constituyente para redactar una nueva Constitución. Las elecciones fueron un tema central de la política, pero la agenda informativa fue disputada por otros temas, dado el ambiente revolucionario que se vivía, pero también

² Las nacionalizaciones en prensa se derivan de la aprobación del Decreto-Ley N.º 132-A/75, del 14 de Marzo de 1975 e del Artigo 1.º. que determinó que serían “nacionalizadas todas las instituciones de crédito “y donde se incluyeron todas las acciones que la banca tenía en distintas empresas.

por el intento de subalternar el acto electoral. La agenda del mes de abril de 1975 estuvo fuertemente marcada por el Pacto MFA–Partidos. En este documento, la mayoría de los partidos políticos reconocieron que el MFA (Movimento das Forças Armadas) mantendría su papel político central en la sociedad portuguesa, independientemente de los resultados del proceso electoral. Fuera del Pacto quedaron partidos como el Partido Popular Monárquico (PPM), y partidos de la izquierda radical que, así mismo, se presentaron a elecciones: MES, UDP, FEC (ml), PUP y LCI.

Según la CNE (Comissão Nacional de Eleições), 14 organizaciones se presentaron en el sufragio. El resultado electoral oficial fue difundido en los días siguientes en la prensa y otros medios informativos y publicado en el Diário da República, el 19 de mayo de 1975. Los votos más relevantes fueron para el Partido Socialista (PS) con 38%, para el Partido Popular Democrático (PPD, actual Partido Socialdemócrata) con el 26%, el Partido Comunista Portugués (PCP) con el 12%, el Centro Socialdemócrata (CDS) con el 8%, el Movimiento Popular Democrático - Comisión Electoral Democrática (MDP-CDE) con 4%, la Unión Popular Democrática (UDP) y la Asociación para la Defensa de los Intereses de Macao (ADIM), ambas con menos del 1%, que lograron elegir un representante cada una. Estos parlamentarios electos votaron la Ley Constitucional de 1976, con excepción del CDS. Algunos vieron los resultados como una sorpresa, dado el bajo porcentaje del Partido Comunista y las organizaciones de izquierda radical.

El enfoque informativo de estos resultados reflejó la perspectiva política, y pudo, o bien, subrayar una victoria de la izquierda o, la evidencia aritmética de la mayoría de la socialdemocracia representada por el PS y el PSD, en una perspectiva más moderada. En todo caso, el siguiente período sería de lucha por la legitimidad de los resultados electorales.

4. METODOLOGÍA Y ESTUDIO DE CASO

La campaña electoral comenzó el 1 de abril de 1975. La prensa pudo cubrir la campaña sin restricciones, pero los diarios y otros medios de información se vieron afectados por el ambiente político y los intentos de controlar las noticias. La lucha partidista invadió las redacciones y algunos periodistas tuvieron una doble experiencia como

profesionales y activistas (Mesquita, 1994c), que de alguna manera permeó el discurso informativo. Leer la prensa portuguesa durante 1974/1975 significaba ver las noticias en un marco discursivo determinado, donde el enunciado tenía un peso ideológico que influya las narrativas según una determinada perspectiva, buena o mala, a partir de los adjetivos atribuidos a determinados actores. Así, el discurso y los procedimientos periodísticos pueden ser un posible enfoque para estudiar la campaña electoral en los periódicos y la hipótesis de la influencia de la propaganda. En este sentido, buscamos integrar algunas de los enunciados de Sotirovic (2019), a saber, con respecto a la creación y formato de eventos para promover la adopción de actitudes, efectos de persuasión y sesgo de noticias.

Este estudio tiene como objetivo identificar las estrategias editoriales del semanario *Expresso* y los diarios *O Século* y *Jornal Novo*. En este sentido, se abordarán los procedimientos periodísticos y algunos marcos discursivos específicos, a partir de la hipótesis de la contaminación de la noticia por el discurso de la propaganda revolucionaria en la cobertura de la campaña electoral. La metodología aplicada a estos diferentes periódicos busca identificar estrategias editoriales y posibles elementos discursivos de la propaganda. La elección se justifica por la necesidad de analizar periódicos con distintos perfiles editoriales. *O Século* se connotaba con el Partido Comunista, mientras que *Expresso* y *Jornal Novo* representaban una voz más moderada. Pero en las distintas redacciones, algunos de los periodistas o columnistas eran, a la vez, militantes de partidos.

Expresso es un semanario, fundado el 6 de enero de 1973, por Francisco Pinto Balsemão. Es cualificado como un periódico de referencia y la información política es su principal característica. *Expresso* sufrió muchas limitaciones durante el final de la dictadura, debido a su posición crítica hacia el régimen. El período revolucionario fue difícil para este semanario, que luchaba con problemas financieros (Cavaco, 2012). En el mes de abril de 1975 se publicaron cuatro ediciones. Como era de esperar, las elecciones fueron un tema importante. Se han incluido algunos cuadernos especiales para proporcionar más espacio de impresión para cubrir la campaña. A pesar del esfuerzo editorial dado a las elecciones, el Pacto-MFA Partidos fue un tema transversal, en todos los números

publicados. La muestra de abril presenta 59 noticias sobre las elecciones, con géneros periodísticos muy variados. El tema fue dos veces el titular principal de las portadas. *Expresso* dio una visión muy completa de las elecciones a través de la variedad de fuentes y entrevistas, aunque la cobertura fue muy diferente a la de los diarios, que contaban con mayores recursos editoriales y logísticos. Así, la mayoría de las noticias eran artículos extensos, escritos en tono analítico, ante la imposibilidad de llevar a cabo la agenda diaria de la campaña.

Jornal Novo fue lanzado en 17 de abril por Artur Portela Filho, quien en el primer editorial señaló la misión del periódico: "Periodismo de acción, intervención, esclarecimiento, *Jornal Novo* rechaza la violencia, el sectarismo, la segregación. Sabemos porque luchamos y lo que contra luchamos, pero sabemos que la mejor manera de luchar es la participación competente y serena en la construcción de nuestro futuro" (*Jornal Novo*, 17 de abril de 1975). Este diario se confesaba socialista, pero en una perspectiva moderada. El proyecto *Jornal Novo*, destinado a contrarrestar la tendencia de la prensa estatal, surgió de un grupo responsable de la asociación de empleadores más poderosa de la época, la CIP, (Confederação Industrial Portuguesa), que, según Figueira (2007), tenía un objetivo político más que comercial para este periódico.

O Século fue un periódico republicano, lanzado en 1880, por Sebastião de Magalhães Lima. Creció en importancia y calidad, pasando a formar parte de la élite de la prensa portuguesa, pero ganó una fuerte vinculación con la dictadura. Después de abril de 1974, una serie de episodios y huelgas desembocaron en una lucha política muy radicalizada, claramente dirigida contra el "gran capital". La intervención del Estado permitió una orientación editorial favorable al sector tipográfico, con la ayuda de una parte de la redacción.

Esta muestra comprende 634 noticias sobre la temática elecciones, publicadas en abril de 1975, en diferentes periódicos. Sin embargo, se publicaron otros artículos impresos, como comunicados oficiales y, en el caso de *O Século*, 301 informaciones sobre acciones partidarias, entre agendas y comunicados. La cobertura de la campaña fue minuciosa y

ocupó varias páginas y el tema estuvo también en las portadas, lo que indica la relevancia que se le otorga, en cuanto valor noticia.

En el diario *O Século*, las elecciones ocuparon ocho veces el titular principal de la portada. La mayoría de las noticias fueron reportajes sobre acciones de campaña, mostrando un enorme esfuerzo de cobertura y revelando una enorme capacidad organizativa. Este periódico ha desarrollado una estrategia editorial muy completa, que se manifiesta en la variedad de fuentes, noticias y diferentes formatos informativos. Todos los días, además de noticias sobre reuniones y otros, se dio un gran espacio a actos de la campaña, con la agenda de eventos. A pesar de la riqueza de la cobertura electoral, los otros temas principales de la agenda parecen haber tenido mayor interés periodístico. La relevancia del Pacto MFA -Partidos y de las nacionalizaciones quedó clara en la elección de las fuentes militares y gubernamentales más presentes en los titulares, pero también en un enfoque periodístico diferente, es decir, con entrevistas o artículos de profundidad.

La posibilidad de sesgo noticioso puede estar presente en el tamaño y formato presente en las noticias, así como en el énfasis dado a fuentes específicas y el eco de su mensaje político replicado en el texto periodístico. Por otra parte, los titulares producen efectos de valoración, que también aparecen en el discurso periodístico. En el primer caso, siguen dos ejemplos: “Rosa Coutinho aboga por la creación del partido MFA contra las elecciones”. Se trata de una entrevista con una alta fuente militar, contraria al sufragio (*O Século*, 16 de abril de 1975). En el comunicado del MFA “Cómo no jugar el juego de la reacción y votar por la revolución” se apela directamente a la orientación electoral (*O Século*, 25 de abril de 1975). El discurso periodístico sesgado se evidencia en expresiones como “Campaña electoral traumatizante” (22 de abril de 1975), “Es legítimo dudar de los resultados de las elecciones después de 48 años de dictadura” (27 de abril de 1975), o en la noticia “En el cinturón industrial [de Lisboa] la tradición se mantuvo. Grândola y margen sur: el pueblo es quien más ordena³” (*O Século*, 27 de abril de 1975).

³ Como la letra de la música “Grândola Vila Morena”, música de la Revolución de abril.

En dos editoriales, *O Século* revela su posición sobre el acto electoral. Con el título “Votar de blanco también es decir la verdad”, queda clara la oposición al sufragio, que se reitera en el texto: “Y la verdad de los que no saben debe quedar clara, a modo de declaración. En un testimonio. (...) Dejar tu voto en blanco en las urnas mañana es, para quien tenga dudas, decir toda la verdad, en este momento” (*O Século*, 22 de abril de 1975). En el editorial “La tabla de multiplicación de las elecciones” el propio título quita valor a la capacidad de decisión del pueblo y la interpretación de las distintas opciones se connota con desconocimiento y manipulación: “La lectura general de la votación muestra que en muchas regiones del país, el caciquismo, los informes parroquiales y las presiones de los señores de la tierra, dominan y destruyen.” Estas fuerza “se alzaron contra los verdaderos intereses del pueblo, usándolos como guardianes compulsivos de privilegios que los asolan” (*O Século*, 27 de abril de 1975).

Las columnas de opinión refuerzan la perspectiva anti electoral y la defensa de la vía revolucionaria. En “Via Democrática: Sueños y pesadillas” hay un claro sesgo adjetivo y discursivo, que se resume en el texto: “Individualismo burgués y pseudo socialismo (...) el camino portugués hacia el socialismo hoy parece más que probable, parece cierto” (*O Século*, 8 abril 1975). En la columna “Dos posiciones en confrontación” se cuestiona la libertad de las elecciones: “Elecciones físicamente libres pero no verdaderas” (...) “fuerzas del oscurantismo, nostálgicas y traicioneras todas hacen para confundir al pueblo” (*O Século*, 24 de abril de 1975). Finalmente, en el artículo “Qué es el voto revolucionario”, se hace una llamada al voto que en organizaciones percibidas como genuinas: “Por un lado, quienes quieren ver avanzar el proceso revolucionario (...) vida digna y feliz. (...) En oposición, vemos otros partidos que con demagogia y descaradamente, con falsas apariencias o sin vergüenza, pretenden engañar al Pueblo” (*O Século*, 25 de abril de 1975).

Jornal Novo inició su publicación a mediados de abril, en plena campaña electoral. Fue un diario vespertino, que se publicó hasta 1979, y una vez superado el período de radicalización política, cumplió su cometido (Gomes, 2021). Era de tamaño tabloide y dado el menor espacio de publicación y el reducido número de páginas, el número de noticias relacionadas con las elecciones fue inferior al diario anterior, 80 y un

comunicado oficial. A pesar de su menor tamaño y de ser un proyecto mucho menos ambicioso, el *Jornal Novo* presentó, en abril de 1975, artículos de gran formato.

Este diario buscó dar espacio a diferentes géneros periodísticos, que incluyen reportaje, entrevista, editorial, columnas de opinión, lo que apunta a una estrategia de composición variada para sortear las dificultades de una redacción pequeña, optando el diario por artículos de mayor dimensión. *Jornal Novo* también incluyó el discurso oficial del presidente Costa Gomes a la nación, reforzando la importancia de las primeras elecciones libres. Las reacciones internacionales también estuvieron presentes. A pesar de tener una cobertura menor, este diario, a través de la variedad de noticias dio a los lectores la posibilidad de una visión más amplia de la actualidad electoral, combinado con un enfoque interpretativo dado por editoriales, formadores de opinión y hasta un gran reportaje con un experto en sistemas electorales.

Este diario tuvo 27 llamadas a primera página y cuatro cotitulares destacados sobre las elecciones. Le dedicó al tema seis editoriales. Bajo “Pueblo, la base de las bases” el *Jornal Novo* defendió la legitimidad del acto electoral: “Las elecciones son más importantes que sus resultados. Las elecciones son en sí mismas un resultado.” (*Jornal Novo*, 17 de abril de 1975). Reforzando esa idea, en la misma fecha, el periodista Mário Mesquita firmó la columna “Es más fácil elegir que votar en blanco”, criticando la posición del Boletín del MFA y otros militares que pedían votos en blanco. En el editorial “Mañana nosotros”, Artur Portela Filho reiteraba la importancia del acto electoral: “No hay proceso revolucionario que exceda en valor, en gravedad, en peso, la voluntad libremente expresada de un país. Incluso porque el proceso revolucionario somos nosotros. Esto es la solidaridad Pueblo-MFA. Esto es solidaridad Pueblo- Pueblo” (*Jornal Novo*, 24 de abril de 1975). El periódico buscaba así contrarrestar el discurso que desvalorizaba el acto electoral. Este esfuerzo se complementó con artículos educativos sobre las elecciones, con información útil sobre cómo ejercer el derecho al voto.

Durante el período de campaña y también en las noticias de los resultados, el *Jornal Novo* hizo un claro llamado al respeto por las elecciones. No quiere decir que haya silenciado las voces disidentes y también fue crítico de la forma como los partidos

desarrollaron la campaña. En su análisis de los resultados electorales menciona las dos perspectivas de cómo se interpretaron los votos, la victoria de la izquierda y la de los progresistas, o bien de los socialdemócratas, en términos numéricos. El último editorial reforzó la victoria a las elecciones y el rechazo del voto en blanco, en el que fue su principal punto de campaña: “Ahora el Pueblo son seis millones. Hay seis millones de votos.” (*Jornal Novo*, 26 de abril de 1975).

En el semanario *Expresso* la muestra de noticias sobre la campaña electoral y los resultados, recogidas entre el 5 de abril y el 4 de mayo de 1975, fue un total de 59 artículos. El periódico produjo grandes reportajes, espacios editoriales y de análisis. La portada publicó dos titulares destacados y otras siete llamadas. Elecciones fueran el tema de la Revista y fue creado el Caderno “Expressoeleições. El semanario también produjo dos entrevistas y dos editoriales con este enfoque de agenda. La cobertura electoral de *Expresso* se diferencia significativamente de *O Século*, ya que es un semanario y sus artículos están orientados al análisis y información más detallada y no a la noticia/reportaje típicamente de referencia del hecho. A pesar de ello, existe una gran variedad de fuentes y temas, pero la preocupación del diario es claramente la efectividad de las elecciones, como un acto de elección democrática, dadas las limitaciones políticas institucionales vividas en ese período.

A 5 de abril, en el editorial del “MFA, partidos, elecciones y la vía socialista” se cuestiona el poder militar y se define como “un poder paralelo a los tres poderes clásicos, pero claramente superior”. Para *Expresso*, los poderes de los militares correspondían a un supra poder, lo que anulaba la lógica electoral: “Al atribuir, en varias ocasiones, en los últimos tiempos, una relevancia indiscutible a las próximas elecciones, los integrantes del Conselho da Revolução han demostrado que están conscientes de que el paralelismo de poderes no puede mantenerse indefinidamente y que, para ser convergentes y no divergentes, es necesario que quienes gobiernan (revolucionarios o no) sepan interpretar la voluntad de los gobernados.” (*Expresso*, 5 de abril de 1975). En definitiva, el tono es sobre los peligros que amenazan las elecciones, el ambiente de intriga y los rumores de golpes políticos.

El editorial “Elecciones a la vista” es corto y habla de un ambiente de preocupación: “A medida que se acerca el 25 de abril, el ambiente en Portugal se adensa”. Esta situación se deriva de la devaluación de las elecciones por parte de los militares: “Por un lado, algunos elementos del MFA insisten en atacar a los partidos, en la incredulidad en la capacidad de discernimiento de los electores, en minimizar las elecciones, en apelar al voto en blanco.” El editorial también critica a los partidos y la exacerbación del odio: “Por otro lado, los últimos días de campaña implican apoteosis de los distintos partidos, en la medida de sus posibilidades, ya sea a través de la TV y Radio, o en mítines y jornadas, y provocan claramente los contrastes y contradicciones, la exacerbación de odios y pasiones, la irrepreensible urgencia de la caza al voto.” (*Expresso*, 12 de abril de 1975).

En la *Revista Expresso* del 12 de abril, la cuestión de la soberanía fue retomado en el artículo “Régimen presidencial militar con partidos”. Aquí, se critica claramente el Pacto MFA–Partidos: “La solución encontrada respecto al acuerdo firmado ayer fue una solución híbrida – la Constitución formalmente será el resultado de la actividad de una Asamblea Nacional Constituyente, elegida al efecto, pero en términos prácticos, la síntesis de sus principios programáticos y, sobre todo, la estructura del poder político y administrativo están ya definidos en un Pacto que vincula un gran número de partidos políticos en presentes a las elecciones” (*Expresso*, 12 de abril de 1975).

En la edición del 25 de abril, *Expresso* hizo balance de un año de revolución. En este número, el tono de los artículos siempre es dudoso sobre la efectividad del acto electoral: “Los portugueses acuden a las urnas en un ambiente de grandes expectativas.” (*Expresso*, 25 de abril de 1975). El tono de balance de un año de revolución estuvo presente en la forma en que el periódico evaluó el papel de los militares, los grandes desafíos económicos que enfrentaba el país y también una perspectiva muy crítica del papel de la prensa en su función informativa, en tiempos de libertad de expresión.

A pesar del tono moderado y analítico de su periodismo, *Expresso* buscó traer voces divergentes a sus páginas. Personal militar y elementos de diferentes partidos políticos

tuvieron espacio en la agenda, en un claro equilibrio. Cabe destacar aquí un reportaje especial y entrevista con un grupo revolucionario radical que se opuso a las elecciones, las Brigadas Revolucionarias (*Expresso*, 12 de abril de 1975).

5. CONCLUSIONES

Las elecciones de 1975 se produjeron en un período de gran radicalización de la vida política portuguesa, presentes en el discurso político de los principales actores. Estos extremos discursivos permearon los diarios y la forma en que se cubrió la campaña electoral. A pesar de ser un tema de gran valor noticioso, las elecciones debieron competir por un espacio en la agenda informativa con otros temas relevantes del momento, como el Pacto MFA-Partidos, las nacionalizaciones y el clima revolucionario que generaba constantes acontecimientos.

Aun así, los periódicos cumplieron su función como fuente primaria de información sobre la actividad partidaria y lo que estaba en juego en las elecciones. El volumen de noticias, los géneros periodísticos, los titulares son prueba de un trabajo muy detallado. Las diferencias en términos de sesgo de noticias y elementos de propaganda se detectan en diferentes niveles de análisis de contenido. De entrada, los temas de jerarquía informativa, la relevancia de las fuentes y su relación con artículos de mayor profundidad. A un nivel más particular de análisis del discurso, es posible identificar rasgos propagandísticos, en la elección de columnas de opinión, editoriales y noticias.

O Século fue el diario con mayor capacidad de cobertura, lo cual es natural dada su estructura editorial. El diario hizo un trabajo muy detallado en las noticias de la agenda partidaria. Sin embargo, el sesgo surge precisamente porque el diario da relevancia a las fuentes que apelan al voto en blanco y varios de los marcos discursivos devalúan el acto electoral, tanto en editoriales como en noticias.

Jornal Novo fue un proyecto lanzado en plena campaña electoral, con el objetivo de equilibrar el discurso revolucionario dominante en la prensa nacional nacionalizada. Con menor capacidad periodística, este diario producía artículos de mayor dimensión, pero las elecciones eran el tema central de su agenda. Tanto en los artículos principales como

en los editoriales, la apología de las elecciones fue el mensaje claro que dejó a sus lectores. El voto popular, independientemente de los resultados, fue presentado como el gran triunfador.

El semanario *Expresso*, dada su distinta periodicidad, pero también su estilo periodístico, realizó la cobertura de la campaña de forma distinta a los diarios. El tamaño de los artículos, los titulares de portada y la variedad de géneros y fuentes periodísticas reflejan la importancia otorgada a las elecciones, desde el punto de vista de la agenda y el equilibrio de fuentes con posiciones diferentes, a veces radicalmente opuestas. Sin embargo, el tono del *Expresso* fue y aun es de enfoque analítico y crítico. Los artículos de fondo y los editoriales revelan, sobre todo, poca creencia ante los resultados de las elecciones, dada la camisa de fuerzas impuesta por el pacto MFA-Partidos y el poder supra institucional de los militares, independientemente del partido vencedor y sus reflejos sobre la forma del gobierno.

Del análisis de los tres periódicos podemos concluir que el discurso estaba sesgado en un sentido u otro. Las posiciones eran claras a favor o en contra de las elecciones. Un análisis más detallado del discurso puede evidenciar resultados más específicos sobre el momento y los actores políticos y militares, es decir, en la forma en que fueron representados los partidos, las disputas entre la prensa y la propia inclusión de comunicados oficiales.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Carvalho, O. S. (2014). *Alvorada em Abril*. Lisboa: Terreiro do Paço Editores.

Cavaco, S. (2012). *Mercado media em Portugal no período Marcelista: os media no cruzamento de interesses políticos e negócios privados*. Lisboa: Edições Colibri.

Ellul, J. (1973). *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*. New York: Vintage Books Ed.

Figueria, J. (2007). *Os jornais como actores políticos: o Diário de Notícias, Expresso e Jornal Novo no Verão quente de 1975*. Coimbra: Minerva.

- Gomes, P. M. (2014). *Os saneamentos políticos do Diário de Notícias*. Lisboa: Alêtheia editores.
- Gomes, P. M. (2021). *A Imprensa na Revolução. Os Novos Jornais e as Lutas Políticas de 1975*. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda.
- Lima, H. (2014). *The Portuguese press in the 3rd Republic*. En H. Lima, A. Hohlfeldt, J. P. Sousa y M. Barbosa (Eds.), *History of the Press in the Portuguese-Speaking Countries* (pp. 325-391). Lisboa: Media XXI.
- Mesquita, M. (1994a). Os meios de comunicação social. Em A. Reis (Coord.), *Portugal: 20 anos de democracia* (pp. 360-405). Lisboa: Círculo de Leitores.
- Mesquita, M. (1994b). O Caso República. Um incidente crítico. *Revista de História das Ideias*, 16, 507-553.
- Mesquita, M. (1994c). O diálogo intercultural na área do Jornalismo. Em M. Mesquita y J. O. Rebelo (Coords.), *O 25 de Abril nos Media Internacionais* (pp. 269-271). Lisboa: Edições Afrontamento.
- O'Keefe, D. J. (2002). *Persuasion: Theory and Research*. 2nd Edition. London: Sage Publications, Inc.
- Rezola, M. I. (2005). *Os militares na revolução de Abril: O conselho da revolução e a transição para a democracia em Portugal (1974-1976)*. 2nd ed. Lisboa: Campo da Comunicação.
- Ribeiro, N. (2002). *A rádio renascença e o 25 de Abril*. Lisboa: Universidade Católica.
- Ribeiro, V. (2014). Os primeiros passos da comunicação política democrática em Portugal: a 5.ª divisão do MFA como motor da propaganda revolucionária no PREC. *História: Revista da FLUP*, 4, 79-91.
- Schlesinger, P. (1989). From production to propaganda. *Media, Culture & Society*, 11(3), 283-306. <https://doi.org/10.1177/016344389011003003>

Schudson, M. (1978). *Discovering the news: a social history of American newspapers*. New York: Basic Books.

Schudson, M. (2002). The news media as political institutions. *Annual review of political science*, 5(1), 249-269.

Socolow, M. J. (2007). "News is a Weapon": Domestic Radio Propaganda and Broadcast Journalism in America, 1939–1944. *American Journalism*, 24(3), 109-131, <https://doi.org/10.1080/08821127.2007.10678081>

Sotirovic, M. (2019) Propaganda and Journalism. Oxford Research Encyclopedia of Communication. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.864>