

## GRUPOS DE MÍDIA PERTENCENTES A PARTIDOS POLÍTICOS: O CASO DE MALTA – UMA ABORDAGEM DE GEOGRAFIA ELEITORAL

Antonio Vicente PESSOA de Oliveira<sup>1</sup>;  
Álvaro Augusto de Borba Barreto<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Programa de Pós-Graduação em Ciência Política (PPGCPOL) da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) – [antonio\\_pessoa@outlook.com.br](mailto:antonio_pessoa@outlook.com.br)

<sup>2</sup>Programa de Pós-Graduação em Ciência Política (PPGCPOL) da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) – [albarret.sul@terra.com.br](mailto:albarret.sul@terra.com.br)

### 1. INTRODUÇÃO

Para este trabalho o tema é a busca de influência de dois grupos de mídia partidários na arena político-eleitoral de um país. Para tratar essa temática, o objeto desta pesquisa são os dois grupos de mídia em Malta, cujos proprietários são os dois partidos políticos predominantes do país. Esta temática e este objeto se enquadram dentro de um debate sobre mídia e política, comunicação política e envolvimento direto de partidos políticos com grupo de comunicação em massa. Nesta pesquisa, as unidades de análise a serem estudadas são os grupos de mídia *One Productions Ltd.*, de propriedade do Partido Trabalhista de Malta, e o *Media.Link Communications*, de propriedade do Partido Nacionalista de Malta, no período das eleições gerais maltesas de maio e junho de 2017, compondo a amostragem desse estudo.

Para justificar esta pesquisa, o foco da investigação serão os vínculos entre grupos de mídia e partidos políticos, sendo o caso de Malta apropriado para investigar como funciona essa relação. A escolha de Malta como objeto de estudo é pertinente por se tratar de um caso único no Ocidente de uma democracia em que ocorre o fenômeno de vínculo direto e assumido entre partidos políticos e mídia comercial. O que esta pesquisa pretende investigar é exatamente o fenômeno em que partido político e proprietário de grupo de mídia atuam como sendo o mesmo ator político, expondo como buscam influir na arena política. Não se tratam de mídias privadas que apoiam ou se opõem a um governo, mas grupos comunicacionais comerciais assumidamente partidários pelos vínculos formais com partidos políticos, um modelo com dinâmica diferente.

A problemática proposta a ser trabalhada neste *paper* pretende descobrir uma relação geográfica entre votos e audiência desses grupos de mídia: Quais as regiões do país em que os grupos de mídia pertencentes aos partidos políticos predominantes da República de Malta possuem maior correlação entre audiência televisiva/radiofônica e votos nas eleições gerais de 2017? O objetivo é desvendar se existe um indício de eleitorado cativo que possa também ser interpretado como uma audiência cativa para esses grupos midiáticos partidários, que possam também reforçar uma busca por influência desses agrupamentos políticos.

Apesar de pouco conhecido no Brasil, Malta possui uma cultura política muito polarizada, havendo uma forte lealdade dos cidadãos malteses com os partidos políticos (CINI, 2002). Para a parte que trata especificamente sobre a mídia deste pequeno país no sul da Europa, há riqueza de informação e análise sobre o histórico de formação dos grupos midiáticos malteses e seu funcionamento neste determinado contexto social na obra de Carmen Sammut, *Media and Maltese Society* (2007). Balanceando com a comparação de audiências e regiões, há dados de diferentes períodos (BROADCASTING

AUTHORITY, 2017) que serão utilizados para elaborar a comparação. O tema a ser tratado possui um entendimento ainda raso no meio acadêmico, existindo poucas obras em língua inglesa e nenhuma em português ou espanhol. Sabe-se que estes grupos de mídia partidários funcionam como porta-vozes dos partidos predominantes (BULMER, 2014, p. 242), porém apenas Sammut (2007) adentrou alguns detalhes sobre esse fenômeno.

## 2. METODOLOGIA

A metodologia adotada é quantitativa no procedimento de indução dos dados de audiência e eleições, e qualitativa, com metodologia comparativa após apresentar os dados para serem considerados em uma análise. A indução presume uma coleta inicial de dados sobre as últimas eleições gerais e audiência das TVs e rádios comerciais pertencentes aos partidos políticos, para a partir do entendimento geral do quadro midiático e partidário maltês descobrir a existência de uma correlação que atenda ao objetivo expresso.

## 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados parciais, ainda utilizando dados da eleição geral anterior – em 2013 – e de audiência televisiva e radiofônica de alguns anos – em 2012 – indicam a existência já naquele período da tendência no sul da ilha de Malta de maior audiência televisiva e radiofônica para os veículos de comunicação do grupo *One Productions Ltd.*, de propriedade do Partido Trabalhista de Malta, cuja maior proporção de votos em 2013 ocorreu também nesta região. Encontram-se na parte centro-norte da ilha de Malta as maiores audiências televisivas e radiofônicas dos veículos do grupo *Media.Link Communications*, de propriedade do Partido Nacionalista de Malta, que também obtém votações mais expressivas nos distritos eleitorais que fazem parte dessa região. Ao atualizar os dados de audiência do último relatório da *Broadcasting Authority* de Malta com as da última eleição geral, será possível desvendar se essa tendência se mantém, ou se há alguma alteração.

## 4. CONCLUSÕES

A comparação entre audiências televisivas e radiofônicas de 2012 com os dados mais recentes – obtidos em julho de 2017 – ainda não foram expostos em nenhum trabalho conhecido, portanto, trata-se de um ponto de inovação a ser apresentado neste *paper* e que trará importantes contribuições em um debate maior sobre o tema e o objeto na dissertação de mestrado que desenvolvo. Ainda parece insuficiente afirmar que exista alguma correlação que dê indícios de uma audiência cativa que possa coincidir com um eleitorado cativo de algum dos partidos políticos predominantes e proprietários de grupos de mídia. Como a pesquisa como um todo está em fase de desenvolvimento, a conclusão que é possível apresentar é a de que no passado recente a audiência e resultado eleitoral coincidiram em parte, e atualmente é incerto dizer se ainda coincidem.



## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BROADCASTING AUTHORITY. **Radio and Television Audience Assessment July 2017**. Broadcasting Authority, Hamrun, jul. 2017. Acessado em 23 set. 2017. Online. Disponível em: <http://www.ba-malta.org/file.aspx?f=279>

BULMER, W.E. Constrained majoritarianism: Westminster constitutionalism in Malta. **Commonwealth & Comparative Politics**, Oxford, v.52, n.2, p. 232 – 253, 2014.

CINI, M. A Divided Nation: Polarization and the Two-Party System in Malta. **South European Society and Politics**, Oxford, v.7, n.1, p. 6 – 23, 2002.

SAMMUT, C. **Media and Maltese Society**. Plymouth: Lexington Books, 2007.