

TELMO MARTINS & SARA ALVES

telmopm_95@hotmail.com; saralves.20@hotmail.com

MARCELO REBELO DE SOUSA, UM PRESIDENTE DA REPÚBLICA EM ESTADO DE GRAÇA NA IMPRENSA GENERALISTA

RESUMO

O presente artigo estuda a mediatização do trabalho do Presidente da República Marcelo Rebelo de Sousa ao longo do seu primeiro ano de mandato. De modo a compreender quais os traços gerais que marcaram esta mediatização, estudámos todos os artigos sobre a Presidência da República publicados ao longo desse período nos diários generalistas portugueses (*Correio da Manhã*, *Diário de Notícias*, *Jornal de Notícias* e *Público*), sendo o corpus de análise constituído por quase mil artigos. Durante o seu primeiro ano de mandato, Marcelo Rebelo de Sousa apresentou-se em estado de graça no espaço público mediático: há grande noticiabilidade da Presidência da República, com um enfoque maioritariamente positivo (70% dos textos noticiosos) e recorrendo, na sua maioria, ao próprio Presidente como fonte de informação. As notícias, em grande parte, são extensas ou longas (80%), tendo maior espaço nos diários de referência do que nos periódicos populares. Apesar de se produzir muito conteúdo noticioso e de os artigos procurarem uma ou mais fontes (60%), não se verifica uma pluralidade de vozes. Há uma tendência para ouvir o mesmo tipo de interlocutores e aqui privilegia-se Marcelo Rebelo de Sousa. O Presidente da República encerra em si o próprio espaço mediático, sendo o acontecimento, a figura central e a própria fonte de informação.

PALAVRAS-CHAVE

Presidência da República; jornalismo político; imprensa generalista

INTRODUÇÃO

O primeiro ano da Presidência da República de Marcelo Rebelo de Sousa constitui o mote da presente análise. A cobertura mediática realizada neste espaço temporal tem grande impacto na definição do próprio

mandato. Assim, o modo como os média construíram o fluxo noticioso em torno da Presidência da República revela os traços gerais que definem de certo modo Marcelo Rebelo de Sousa. O objetivo desta pesquisa é apontar tendências da imprensa generalista quando o assunto é a Presidência da República. Interessa-nos saber quantas peças foram escritas, quantas fontes foram consultadas, qual o género jornalístico prevalecente, qual a extensão dos artigos. Para isto, recolheram-se todos os textos noticiosos onde Marcelo Rebelo de Sousa é protagonista, sendo o *corpus* de análise constituído por todos os artigos sobre a Presidência publicados nos diários generalistas (*Correio da Manhã*, *Diário de Notícias*, *Jornal de Notícias* e *Público*) ao longo do primeiro ano de mandato de Marcelo Rebelo de Sousa.

Relativamente à organização do trabalho, este distribui-se por três pontos distintos: enquadramento teórico, leitura de resultados e, por fim, conclusões. O ponto onde se faz a revisão da bibliografia está dividido em três níveis: o primeiro ilustra as funções e poderes do Presidente da República, bem como a ligação com os outros poderes; os outros dois pontos destinam-se a descrever os campos político e o jornalístico, tendo também em conta a forma como estes se relacionam; já na leitura de resultados, apresentam-se dados do estudo empírico; por fim, as conclusões procuram responder à questão de partida: *de que modo os jornais diários generalistas portugueses mediatizaram a Presidência da República de Marcelo Rebelo de Sousa ao longo do seu primeiro ano?*

ENQUADRAMENTO TEÓRICO

Cada vez mais, o universo mediático configura um objeto de análise para os estudos em Ciências Sociais. A ação do poder político e o trabalho dos meios de comunicação social são, mais do que nunca, analisados de forma a perceber qual o impacto que podem causar. Assim, os campos político e o jornalístico cruzam-se diversas vezes, partilhando, de forma igualmente repetida, os mesmos agentes. No presente trabalho, Marcelo Rebelo de Sousa, enquanto Presidente da República, ilustra perfeitamente esta situação.

PRESIDENTE DA REPÚBLICA: A FIGURA, AS FUNÇÕES E OS DEVERES

Manuel Braga da Cruz, no artigo “O Presidente da República na génese e evolução do sistema de governo português” (1994), define o Presidente da República como uma figura relevante, mas que, devido ao facto

de o sistema político português ser semipresidencialista, oscila entre uma presença mais apagada ou mais visível, ora sendo protagonista da vida política, podendo chegar mesmo a orientar o executivo, ora sendo intérprete de uma certa magistratura de influência. Assim, e sustentado na opinião de alguns políticos e constitucionalistas, defende que os poderes do Presidente da República devem ser debatidos no sentido de serem reduzidos ou aumentados.

A Presidência da República, através do seu *site* oficial, citando a *Constituição da República Portuguesa*, apresenta aquelas que são as funções do Presidente da República em Portugal. Assim, o Presidente da República é o Chefe do Estado, representa a República Portuguesa, garante a independência nacional, a unidade do Estado e o funcionamento das instituições democráticas e é o Comandante Supremo das Forças Armadas. É dele a função de nomear o primeiro-ministro (tendo em conta os resultados eleitorais) e de presidir ao Conselho de Ministros, quando solicitado. Tem ainda o poder de demitir o Governo. Quanto à sua relação com a Assembleia da República (AR), o Presidente da República pode dirigir-lhe mensagens de modo a propor intervenções sobre um determinado assunto, pode convocar extraordinariamente a AR para se ocupar de assuntos específicos e tem também o poder de a dissolver. Ainda que não seja sua função legislar, o Presidente da República tem o poder de promulgar leis. Pode ainda solicitar ao Tribunal Constitucional a fiscalização de algumas normas legais, sempre que tiver dúvidas relativamente à constitucionalidade de qualquer lei. Possui ainda o poder de veto, ou seja, pode devolver o diploma sem o promulgar, manifestando uma oposição política ao seu conteúdo. É também poder do Presidente da República convocar referendos nacionais propostos pela Assembleia da República ou pelo Governo. Relativamente à função do Presidente da República, enquanto Comandante Supremo das Forças Armadas, são suas competências presidir ao Conselho Superior de Defesa Nacional, nomear o Chefe de Estado-Maior-General das Forças Armadas, declarar guerra em caso de agressão e fazer a paz. No que respeita às relações internacionais, cabe ao Presidente da República a nomeação de embaixadores e enviados internacionais. Já no que às Regiões Autónomas diz respeito, o Presidente da República tem a função de nomear os representantes da República para as Regiões Autónomas e de dissolver as Assembleias Legislativas, se for caso disso. São ainda tarefa do Presidente da República exercer a função de grão-mestre das ordens honoríficas portuguesas, atribuir condecorações, marcar a data das eleições para os órgãos de soberania e nomear o Presidente do Tribunal de Contas,

o Procurador-Geral da República, dois vogais do Conselho Superior de Magistratura e cinco membros do Conselho de Estado. Em suma, o poder do Presidente da República afasta-se da tripartição entre executivo, legislativo e judicial, aproximando-se mais de um poder moderador.

Em Portugal, o Presidente da República é eleito pelos cidadãos, por sufrágio direto e universal, para um mandato de cinco anos, não podendo este ser reeleito para um terceiro mandato consecutivo. Sobre a importância do cargo da Presidência da República, Manuel Braga da Cruz explica assim a evolução da sua relevância no sistema político português, especialmente a partir do fim dos anos 90: “reveste-se hoje de maior importância tanto do ponto de vista sistemático como do ponto de vista comparado, e tanto por razões internas como externas” (1994, p. 237). Assim, os poderes do Presidente da República bem como o relevo da própria figura estão em crescendo desde então. O próprio regime semipresidencialista, adotado em Portugal, favorece o cargo, tendo o Presidente uma “posição de indiscutível relevo”. Braga da Cruz lembra que as funções e os poderes do Presidente da República acabam por estar sempre no centro do debate público. Por este motivo, os poderes e funções do Presidente devem ser bem definidos, não havendo margens para políticas ou temáticas intermediárias. Existe um desfasamento entre a legitimidade que o Presidente da República recebe pelo sufrágio universal a que se submete e os poderes limitados, poderes ditos “normais”, que lhe são concedidos. Este afastamento tem levado alguns políticos ou constitucionalistas a indicar uma revisão da posição do Chefe de Estado: ou se substitui o sufrágio universal pelo indireto, deixando o eleitorado de votar, passando apenas a eleger representantes votantes; ou, por outro lado, são concedidos maiores poderes e competências ao Presidente, para que este possa ser um órgão mais interventivo.

SIMBIOSE ENTRE OS CAMPOS POLÍTICO E JORNALÍSTICO

Pierre Bourdieu, sociólogo francês do século XX, dedicou parte dos seus estudos à noção de campo, entendendo esse conceito como espaço simbólico, relativamente independente e constituído por agentes – uns dominantes e outros dominados. Trata-se de um sistema de posições que são constantemente alteradas e contestadas. Neste espaço dá-se uma relação de luta representativa, em que os diferentes agentes tentam impor “a definição do mundo social conforme os seus interesses” (Bourdieu, 1989, p. 11).

Também assim é nos campos do jornalismo e da política. Estes campos, embora distintos, exercem pressões e moldam-se mutuamente. A sua relação é tão próxima ao ponto de vários investigadores considerarem os

jornalistas como “atores políticos” (Patterson, 2000) e o próprio jornalismo como uma instituição política (Hess, 1984). São linhas bastantes ténues que marcam o distanciamento entre ambos os campos. Desde meados do século XX que a dimensão política do jornalismo tem sido mote para vários estudos.

Segundo Nelson Traquina (2002), o jornalismo tem um papel fundamental no desenvolvimento da democracia. O trabalho do jornalista deve ser pautado pela independência e neutralidade. Informar o público sem qualquer censura revela-se o seu único fim. Desde a revolução de abril até aos dias de hoje, Portugal tem passado por inúmeras alterações no que diz respeito à construção de uma sociedade segundo os padrões das democracias ocidentais. Estruturaram-se instituições e formataram-se modo de vida. Vários fenómenos contribuíram para transformar aquela que foi, durante muitos anos, uma sociedade iletrada e reprimida pela política ditatorial em vigor até então (Garcia, 2009). Ainda na linha de pensamento de Garcia, também os média foram afetados por esta onda de mudanças. O autor defende que todas estas transformações se refletiram diretamente no processo de profissionalização dos jornalistas e continuam ainda a incidir no exercício da sua atividade bem como nos rumos que o jornalismo toma:

Quanto à situação particular em que os jornalistas trabalham, merecem especial menção, sem desconsiderar outros fatores, a formação de um espaço político democrático, o alargamento da escolarização, a explosão da taxa de atividade feminina, a perda do peso do Estado como proprietário, regulador e financiador dos meios de comunicação e o desenvolvimento de uma empresarialização do jornalismo apostada na informação-mercadoria e na influência social e política. (Garcia, 2009, p. 24)

Também o Estatuto do Jornalista sofreu alterações: este demarca-se agora da figura de comentador crítico ou escritor que detinha e de que é exemplo Eça de Queirós. O autor defende que o profissional de jornalismo já não ocupa o campo da opinião, da observação literária e da política. O jornalista é agora um profissional com independência para produzir informação que se quer rigorosa. Como grande consequência destas alterações, José Luís Garcia defende que o facto de o jornalismo também ter assumido uma dinâmica industrial acabou por possibilitar a profissionalização alargada de quem exerce esta atividade. Com isto, os profissionais veem as suas funções de ligação social entre as instituições e os cidadãos mais valorizadas. Em sentido oposto, este “novo” espaço no campo jornalístico fez surgir também alguns aspetos menos positivos. Na linha de

pensamento de Garcia, à medida que os meios de comunicação transformaram o espaço social num espaço de mercado cresceram também os constrangimentos sobre a independência dos jornalistas, as suas origens políticas e económicas, refletindo-se estes elementos no seu trabalho e no próprio fluxo noticioso. Ainda sobre a independência dos profissionais do jornalismo, Traquina (2002) defende que o trabalho jornalístico totalmente independente é uma “utopia”, considerando ser mais adequado falar de uma “autonomia relativa”.

Já Joaquim Fidalgo (2004) considera que existem velhas interrogações sobre a identidade do jornalista e as especificidades da sua função. Mais do que nunca, hoje há novos dilemas e desafios. Na sua opinião, esta indefinição constante sobre a profissão produz consequências para além do trabalho individual e coletivo do jornalista. De certa forma, o modo como o jornalismo é visto e recebido pelo público a quem se destina é também afetado. Assim, interfere-se igualmente no papel da informação na esfera pública. A somar a tudo isto, o investigador considera que, para além da crise de legitimidade e de identidade, os jornalistas padecem também de uma crise de credibilidade e de confiança. O público é cada vez mais cético na forma como recebe e analisa a informação que lhe chega.

Relativamente ao campo político, Estrela Serrano define três grandes eixos orientadores da dimensão política no jornalismo, sendo comum a todos a preocupação sobre o que é o jornalismo na prática e o que deve ser. O primeiro nível encerra a relação entre fontes e jornalistas. Já o segundo ponto aborda o cruzamento do jornalismo com a esfera política e as próprias audiências, preocupando-se esta abordagem com “questões como a liberdade de expressão ou o impacto das práticas jornalísticas no processo político”. Por fim, o último nível aborda a forma como se dão os processos jornalísticos de acordo com os diferentes sistemas políticos, isto é, como se movimentam os jornalistas de acordo com a governação em vigor. Baseada em vários autores, Estrela Serrano apresenta quatro teorias distintas para o último nível:

a teoria autoritária, segundo a qual o poder absoluto restringe o uso dos média; a teoria libertária, inspirada pela filosofia do racionalismo e pelos direitos naturais (desenvolvida nos escritos de Locke, Milton e Mill), segundo a qual os média se constituem como um meio de chegar à verdade, constituindo-se como um mercado livre de ideias; a teoria totalitária/soviética, na qual o jornalismo é controlado através de uma vigilância inspirada pelo pensamento marxista; e a teoria da responsabilidade social,

que enquadra o jornalismo numa ética profissional com capacidade para expor conflitos. (Serrano, 2006, p. 166)

Lippmann, citado por Felisbela Lopes e Paula Espírito Santo (2016) em “Os 100 primeiros dias do XXI Governo Constitucional através da imprensa generalista”, é um dos primeiros investigadores a estudar as bases políticas junto dos públicos da imprensa. Lippmann projetou a importância da opinião pública, evidenciando o papel dos interesses políticos e da manipulação da mensagem nos meios de comunicação. A opinião pública estaria no centro da comunicação, da política e da democracia. A sociedade da época era politicamente limitada e, segundo Lippmann, a importância da seleção editorial dos ângulos dos acontecimentos foi “o principal marco de construção das bases dessa opinião pública.”

Citados por Estrela Serrano, Blumler e Gurevitch referem que os partidos políticos foram perdendo força junto dos cidadãos e os média ocuparam esse vazio, aumentando o seu papel relativamente à política. Assim, a autora defende que “o conceito atual de democracia está patente em expressões usadas por diversos investigadores: ‘idade da imprensa-política’ (Kalb, 1992); ‘media politics’ (Arterton, 1985); ‘política mediática’ (Bennett et al., 1994); ‘sociedade dominada pelo complexo média-política’ (Swanson, 1990); ‘centro do novo sistema político’ (McLeod & Losicki, 1994)”. Esta situação provocou três consequências. Em primeiro lugar, os média adquirem uma posição-chave na esfera política; em segundo lugar, esta conjuntura leva a que os políticos façam tudo para agradar aos jornalistas, de modo a serem bem aceites junto dos cidadãos; e, em terceiro lugar, assistimos a uma profissionalização na produção de mensagens políticas, o que dá origem a uma rede de relações que envolve políticos e conselheiros de comunicação de um lado e jornalistas do outro.

No artigo acima citado de Felisbela Lopes e Paula Espírito Santo (2016), é referido um estudo de Hopmann que defende que o campo político tem uma grande influência na agenda dos média. O estudo mostra ainda o que os jornalistas mais procuram quando falam sobre os políticos: registos que espelhem autenticidade, negatividade e personalização. E a negatividade adquire relativa importância, pela “atratividade e estímulo que gera no seguimento da mesma junto dos públicos dos média”.

Estrela Serrano aborda as diferentes bases de legitimação nos campos da política e do jornalismo. Enquanto que “os políticos retiram a sua legitimidade do sufrágio universal”, os jornalistas “obtem a sua legitimação na fidelidade a códigos e a valores profissionais” (Serrano, 2006). Os campos também têm diferentes visões em relação à questão da verdade, sendo

que os políticos adotam critérios mais ideológicos e os jornalistas aderem mais a uma verdade empírica. Outra diferença assenta na organização das próprias instituições, estando os jornalistas mais salvaguardados, pois fazem parte de instituições formais, orientadas por normas burocráticas. Já os políticos dependem muito do apoio dos cidadãos. No entanto, cada vez mais, os jornalistas com maior visibilidade precisam da legitimidade conferida pelas audiências. Recorrendo a exemplos ilustrativos, Estrela Serrano analisa figuras que são relevantes no campo político e que já o foram no campo jornalístico, ou vice-versa. Para isso, nada melhor que o exemplo de Marcelo Rebelo de Sousa, que foi líder do PSD e passou a ser comentador na TVI. Ainda que na época a autora não pudesse antecipar, Marcelo Rebelo de Sousa é hoje Presidente da República Portuguesa, cargo que ocupa muito graças à popularidade obtida enquanto comentador. Outro caso é o de Paulo Portas que, antes de se tornar líder do CDP/PP, era diretor do jornal *O Independente*.

ESTUDO EMPÍRICO: APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Marcelo Rebelo de Sousa cumpriu, a 9 de março de 2017, um ano de mandato na Presidência da República. Caracterizando o seu primeiro ano através da imprensa generalista diária, o Chefe de Estado revela estar em estado de graça no seio do espaço público: são produzidas muitas notícias, com um enfoque maioritariamente positivo (70%) e recorrendo, na sua maioria, ao próprio Presidente da República como fonte de informação. No que respeita à extensão das notícias, estas são maioritariamente médias ou longas (80%), tendo maior espaço nos jornais de referência do que nos periódicos populares. Marcelo Rebelo de Sousa não só é uma presença assídua e em “estado de graça” na imprensa como também é o ator político predominante no espaço público mediático. O Presidente domina todo o processo noticioso: Marcelo Rebelo de Sousa é o acontecimento, a figura central e a própria fonte de informação.

Em sentido oposto, e apesar de se produzir muito conteúdo noticioso sobre a Presidência da República, não há espaço para uma pluralidade de vozes. As fontes a que os jornalistas recorrem, quando o próprio Presidente não é fonte, são membros do Estado ou Governo. Ou seja, quando a temática é a Presidência da República, os jornalistas procuram fontes oficiais e identificadas, para que estas possam atribuir credibilidade ao seu trabalho. Por isto, o espaço do cidadão comum como participante das esferas política e mediática é quase nulo.

Através de processos de seleção e enquadramento, os média favorecem a criação de uma determinada ordem social, produzindo um certo tipo de pensamento que se torna predominante na sociedade. Assim, o público fala dos assuntos de que os média falam (Serrano, 2003). No caso da Presidência da República, acontece o mesmo: o facto de os média noticiarem constantemente o que aí se passa torna esta instituição um assunto central da esfera mediática noticiosa. Por outro lado, e retomando o parágrafo anterior, nem todas as vozes têm igualdade de acesso ao espaço público mediático. Criam-se, assim, as elites do poder.

No primeiro ano de mandato de Marcelo Rebelo de Sousa, o *Diário de Notícias* produziu 272 textos sobre a Presidência da República, o *Público* 242, o *Jornal de Notícias* 220 e o *Correio da Manhã* 174. Assim, o *corpus* em análise soma 908 artigos. Em média, a imprensa generalista portuguesa produziu três notícias por dia sobre o Presidente da República. Com 57% do total dos artigos publicados, o *Público* e o *Diário de Notícias* contabilizam mais textos noticiosos sobre a Presidência da República.

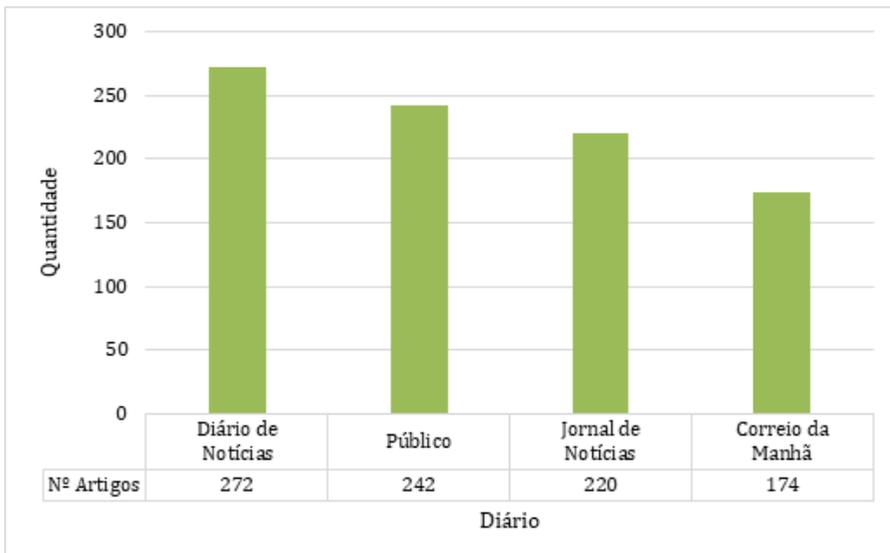


Gráfico 1: Número de artigos publicados sobre o Presidente Marcelo Rebelo de Sousa

O RETRATO MEDIÁTICO DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA NA IMPRENSA GENERALISTA

Neste tempo, Marcelo Rebelo de Sousa teve uma mediatização positiva na imprensa generalista: 70% dos títulos analisados revelam um *framing* positivo. Este dado é indicador do “estado de graça” que vive o Presidente, muito comum nos primeiros 100 dias de mandato, mas aqui alargado a um período um pouco mais extenso. Os títulos de âmbito negativo (11%) são quase residuais, existindo ainda 19% de artigos com um enfoque neutro. Relativamente às abordagens negativas, estas devem-se sobretudo à problemática da Caixa Geral de Depósitos, em que Marcelo Rebelo de Sousa foi muito participativo e defensor do atual Governo.

No que respeita ao género jornalístico, existem apenas notícias e reportagens. Quase todos os textos jornalísticos estudados são notícias (86%), seguindo-se depois a reportagem (14%). De salientar que, durante o primeiro ano de mandato, Marcelo Rebelo de Sousa não deu qualquer entrevista a nenhum jornal diário. O presidente, que é presença e fonte oficial assídua na esfera mediática, não concedeu entrevistas à imprensa diária generalista.

Relativamente ao agendamento noticioso, este é muito marcado por eventos organizados pela Presidência da República ou pela sua participação em eventos promovidos por terceiros (78%). Mais de três quartos dos conteúdos noticiosos produzidos nas redações são planeados. Este agendamento fixado previamente, além de condicionar as redações e os próprios jornalistas, marca o que é notícia a partir das fontes de informação. Falamos aqui de pseudoacontecimentos, eventos que antes mesmo de acontecerem já são notícia e que são mapeados de acordo com a cobertura noticiosa que se ambiciona promover. Toda e qualquer ação planeada pela Presidência move jornalistas e órgãos de comunicação. A Presidência é o eixo central da esfera mediática. Este planeamento da agenda que os média perseguem é previamente previsto pelos assessores de comunicação do Presidente da República, que definem tudo ao pormenor. Outro aspeto a reter do jornalismo de eventos relaciona-se com as fontes, que adquirem maior relevo no espaço noticioso.

Nos artigos analisados, três quartos dos textos remetem para o dia anterior, ou seja, localizam-se temporalmente no plano mais imediato. Redações e jornalistas dedicam mais tempo e uma atenção mais imediata e atualizada sobre a Presidência da República, tornando-se esta um assunto da ordem do dia. Dá-se uma hipervalorização da Presidência, tornando o seu agendamento prioritário face a outras temáticas.

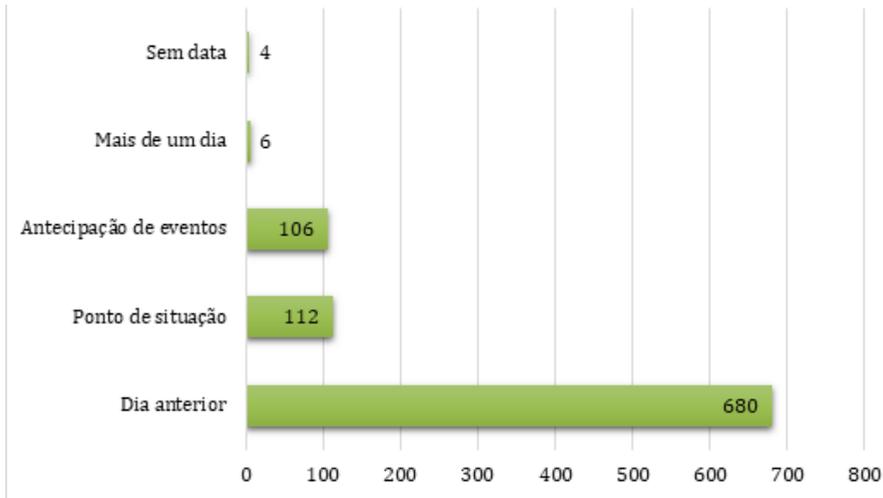


Gráfico 2: Tempo da notícia nos artigos publicados sobre o Presidente Marcelo Rebelo de Sousa

Para escrever sobre a Presidência da República, os jornalistas dos diários analisados reservam maioritariamente (80%) espaços médios ou extensos. As redações reconhecem a importância do Presidente da República e, por isso, asseguram grandes espaços nas suas edições. Quanto às breves, representam apenas 20% dos artigos estudados.

VOZES OUVIDAS NO FLUXO NOTICIOSO DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA

A esmagadora maioria dos artigos analisados que retratam a Presidência da República recorre a fontes de informação (94%). Mais de metade dos textos (60%) citam duas ou mais fontes. Em igual sentido, mais de metade das fontes a que os jornalistas recorrem são oficiais.

Quase todas as fontes de informação utilizadas são identificadas (92%). As fontes não identificadas ou anónimas têm pouca expressão: 6% e 1,5%, respetivamente. No campo político, os jornalistas preferem recorrer a fontes identificadas e oficiais. É através destas que o texto noticioso consegue maior credibilidade. Por outro lado, as fontes oficiais favorecem em grande parte a instituição que representam, pois transmitem os factos e os valores da forma que entendem ser mais benéfica para si. Além disso, as vozes não oficiais não conseguem aceder ao campo mediático, por não deterem a mesma credibilidade e notoriedade.

Embora possuam na sua maioria uma dimensão média ou extensa, os artigos noticiosos não deixam muito espaço para uma pluralidade de vozes. Não existe diversidade de fontes quando o tema é a Presidência da República. Por outro lado, parece haver uma “viciação” das fontes, já que há tendência para ouvir o mesmo interlocutor e aqui privilegia-se Marcelo Rebelo de Sousa. Os jornalistas recorrem predominantemente ao próprio Presidente da República enquanto fonte. Assim, Marcelo Rebelo de Sousa é, em simultâneo, o acontecimento e a fonte de informação. O palco mediático da Presidência da República é do Presidente, onde este se sobrepõe a todos os outros atores políticos.

Em igual sentido, o género e a geografia das fontes são também padronizados e influenciados pelo próprio Presidente da República: quase três quartos (72%) das fontes de informação são do género masculino e quase 80% têm âmbito geográfico nacional. Uma vez mais, não há diversidade, pois o Presidente da República é a figura de maior destaque nos quatro jornais analisados, monopolizando a agenda, a geografia do acontecimento e os atores ouvidos.

Michel Maffesoli, no livro *O instante eterno: o retorno do trágico nas sociedades pós-modernas* (2001), reflete sobre as práticas sociais da atualidade, apontando diferenças entre a sociedade moderna e a pós-moderna. Para o sociólogo francês, a sociedade pós-moderna é “pura abstração, limitada à ordem económica e política”. Nas palavras do sociólogo francês, vivemos então sob o “totalitarismo do Um ou do mercado”. Maffesoli acredita que já não há drama moderno, mas sim uma tragédia pós-moderna, caracterizada por uma “intensificação da vida dos nervos”. Ao contrário do drama, a tragédia aceita os acontecimentos e a vida em geral como uma fatalidade ou acaso do destino. Tendo a tragédia como pano de fundo, as sociedades vivem numa busca constante pelo deleite em tudo que existe. Cria-se uma ânsia de viver tudo no seu expoente máximo. Maffesoli acredita que as sociedades pós-modernas vivem o “instante eterno”, tirando proveito máximo de tudo o que conseguem, por mais efêmero que seja. Esta abordagem vai de alguma forma ao encontro da relação de Marcelo Rebelo de Sousa com a esfera mediática, isto é, qualquer movimento ou ação que o Presidente execute é mote para uma grande cobertura mediática. Por mais pequena e insignificante que seja a ação, os média exponenciam-na, tornando aquele instante eterno. Exemplo disso foi o episódio onde Marcelo Rebelo de Sousa almoçou na casa de um casal que já tinha vivido nas ruas. No fim do almoço o Presidente faz uma corrida com algumas crianças que estavam na rua. Este acontecimento, que não era central na agenda,

acabou por ser hipermediatizado. Parece criar-se uma cultura de espetáculo em torno da Presidência da República. Qualquer acontecimento pode ser notícia desde que Marcelo Rebelo de Sousa esteja envolvido. Quanto menos padronizadas forem as ações, mais enfoque tem o acontecimento por parte dos média. Posto isto e retomando as palavras de Maffesoli, no que respeita a Marcelo Rebelo de Sousa, tudo é sintoma para se vivenciar o “instante eterno”. Por mais efémeras e insignificantes que sejam as suas ações, há sempre uma forte cobertura mediática. Sendo o Chefe de Estado a figura com mais supremacia no campo mediático, não há espaço para questionar o valor-notícia. O ator político vale por si só e sobrepõe-se ao acontecimento, tendo, por isso, as suas ações eternizadas, ainda que por breves momentos.

NOTAS FINAIS

Pretendia-se, neste artigo, compreender a mediatização que Marcelo Rebelo de Sousa teve no primeiro ano de mandato enquanto Presidente da República nos jornais diários portugueses: *Público*, *Jornal de Notícias*, *Diário de Notícias* e *Correio da Manhã*. No total foram analisados 908 artigos noticiosos. Desta análise, conclui-se que Marcelo Rebelo de Sousa teve uma mediatização positiva, com cerca de 70% dos títulos a terem um enfoque positivo, contra apenas 11% de enfoque negativo. Durante o primeiro ano do mandato, Marcelo Rebelo de Sousa não deu nenhuma entrevista, sendo a notícia o género dominante. A maior parte dos artigos noticiosos analisados tem uma extensão média/extensa. Nota ainda para o facto de três quartos dos artigos se referirem ao dia anterior, ou seja, os jornais acompanham os movimentos de Marcelo Rebelo de Sousa com a regularidade que a agenda da Presidência impõe.

Relativamente às fontes, pode afirmar-se que estão presentes e identificadas em quase todos os artigos. Mais de metade das notícias possuem duas ou mais fontes. No entanto, há pouca diversidade de vozes. O próprio Presidente da República é citado na esmagadora maioria dos textos. Em termos de perfil predominante, as fontes são do sexo masculino e apresentam-se com um perfil nacional. E isso acontece porque a fonte hegemónica é aqui o Presidente da República.

Como se pode constatar na revisão de literatura, são muitas as funções do Presidente da República em Portugal, pelo que se encara com naturalidade esta presença tão assídua da sua figura nos jornais diários nacionais. Não obstante, há que levar em conta que Marcelo Rebelo de

Sousa tem uma postura diferente dos anteriores Presidentes da República na sua relação com os média. O facto de conhecer muito bem as rotinas dos meios de comunicação (foi diretor no *Expresso*, colaborou com a TSF, a RTP e a TVI) faz com que Marcelo consiga condicionar de forma muito inteligente a agenda mediática. Aliado ao seu conhecimento do campo mediático, o atual Presidente da República conta com a colaboração de uma experiente e bem organizada equipa de comunicação que prepara todos os eventos e todas as aparições até ao mais ínfimo pormenor.

Assim, embora a literatura sugira que os campos político e jornalístico se moldam mutuamente e que os jornalistas são “atores políticos” (Patterson, 2000), isso não se verifica totalmente com Marcelo Rebelo de Sousa. Deste estudo ressalta a ideia de que é o próprio Presidente da República que marca a agenda mediática. O atual Presidente defende uma política onde todos participem, mas chama a si quase todo o espaço mediático. A verdade é que esta estratégia está tão bem montada que Marcelo atravessou todo o primeiro ano do seu mandato em estado de graça tanto perante os meios de comunicação como perante os eleitores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bourdieu, P. (1989). *O poder simbólico*. Lisboa: Difel.
- Cruz, M. B. (1994). O Presidente da República na génese e evolução do sistema de governo português. *Análise Social*, XXIX(125,126), 237-365..
- Fidalgo, J. (2004). Jornalistas: um perfil socioprofissional em mudança. *Comunicação e Sociedade*, 5, 64-73. doi: 10.17231/comsoc.5(2004).1246
- Garcia, J. L. (2009). Estudos sobre os jornalistas portugueses. Metamorfoses e encruzilhadas no limiar do século XXI. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- Hess, S. (1984). *The government/press connection – press officers and their offices*. Washington: The Brookings Institution.
- Lopes, F. & Espírito Santo, P. (2016). Os 100 primeiros dias do XXI Governo Constitucional através da imprensa generalista: quando as finanças travam uma mudança de ciclo político. *Estudos em Comunicação*, 23, 1-22.
- Maffesoli, M. (2001). *O Eterno Instante: o retorno do trágico nas sociedades pós-modernas*. Lisboa: Ed. Piaget.
- Patterson, T. (2000). Serão os média noticiosos atores políticos eficazes?. *Comunicação e Linguagens*, 27, 75-96.

Serrano, E. (2003). Jornalismo e elites do poder. *Ciberlegenda*, 12, 1-19.

Serrano, E. (2006). A dimensão política do jornalismo. *Comunicação & Cultura*, 2, 63-81.

Traquina, N. (2002). *Jornalismo*. Lisboa: Quimera.

OUTRAS REFERÊNCIAS

Site da Presidência da República: <http://www.presidencia.pt/>

Citação:

Martins, T. & Alves, S. (2016). Marcelo Rebelo de Sousa, um Presidente da República em estado de graça na imprensa generalistas. In F. Lopes (Ed.), *O Presidente da República em notícia: análise do primeiro ano de Marcelo Rebelo de Sousa em Belém* (pp. 7-21). Braga: CECS.