

DOI: 10.20287/ec.n23.a01

Os 100 primeiros dias do XXI Governo Constitucional através da imprensa generalista: quando as finanças travam uma mudança de ciclo político

Felisbela Lopes & Paula Espírito Santo

Universidade do Minho; Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade / Instituto Superior de Ciência Sociais e Políticas (ISCSP), Universidade de Lisboa; Centro de Administração e Políticas Públicas

E-mail: felisbela@ics.uminho.pt / paulaes@iscsp.ulisboa.pt

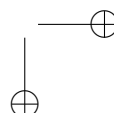
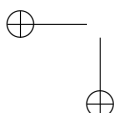
RESUMO

Os 100 primeiros dias de um Governo correspondem a um tempo vital na construção de uma marca. Neste contexto, os media assumem-se como guias de referência de uma opinião pública que vai sendo estruturada em grande parte por influência daquilo que os jornalistas escrevem. Para saber como é que a imprensa generalista mediatizou este período no que diz respeito ao XXI Governo Constitucional, analisamos todos os textos noticiosos dos jornais generalistas que elegeram a ação dos governantes como *frame* principal. Este conjunto de textos noticiosos totalizou um corpus de 961 artigos jornalísticos e 2165 citações de fontes de informação. Dessa aná-

lise sobressai uma cobertura noticiosa intensa (publicam-se em média 2,4 textos por dia), desenvolvida em textos de tamanho médio ou extenso, declinada maioritariamente pelo ângulo positivo, feita em forma de notícia, refletindo mais de metade dos textos acontecimentos previamente agendados pelos atores políticos. Apesar do esforço deste Governo em proclamar um novo ciclo político afastado do tópicodausteridade que havia dominado o discurso político dos anos precedentes, os jornalistas privilegiaram a tematização financeira e, quando o fizeram, criaram uma cobertura jornalística distinta daquela que se constituiu como padrão da actividade governativa dos restantes mi-

Data de submissão: 29-07-2016. Data de aprovação: 23-10-2016.

A *Revista Estudos em Comunicação* é financiada por Fundos FEDER através do Programa Operacional Factores de Competitividade – COMPETE e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto *Comunicação, Filosofia e Humanidades (LabCom.IFP) UID/CCI/00661/2013*.





nistérios. Ano e meio depois do fim oficial do Programa de Assistência Económica e Financeira a Portugal, a imprensa portuguesa continuou a encontrar nas fi-

nanças um tópico persistente. Tal aconteceu, porque o calendário político a isso o obrigou, mas porque também os jornalistas não quiseram fazer desvios de rota.

Palavras-chave: jornalismo político; 100 dias de governação; imprensa portuguesa; tematização; fontes de informação.

ABSTRACT

The first 100 days of a Government constitute a vital period in the making of a brand. In this context, the media assume themselves as reference guides of a public opinion which is structured largely by influence of what journalists write. To get to know how the generalist press publicized this period regarding the 21st Constitutional Government, we have analyzed all the news texts of general newspapers that elected the governors' action as main frame. This set of news texts totaled a corpus of 961 news articles and 2165 quotes from information sources. From this analysis, an intense news coverage stood out (on average 2,4 texts are published every day), developed in medium-sized or extensive texts, declined mostly by the positive angle, made in the form of news, more

than half of the texts reflecting previously scheduled events by political actors. Despite the efforts of this Government in proclaiming a new political cycle away from the topic of austerity that had dominated the political discourse of the preceding years, journalists promoted financial themes and, when they did, they created a news coverage different from the one which was established as standard of the other ministries' government activity. Year and a half after the official end of the Program of Economic and Financial Assistance to Portugal, the Portuguese press continued to consider the finance matter a persistent topic. Such happened, not only because the political calendar forced it, but also because journalists didn't want to make detours.

Keywords: political journalism; 100 days of governance; the Portuguese press; topicalization; sources of information.

NOTA INTRODUTÓRIA

EM cada ciclo político que se renova, a expectativa dos primeiros 100 dias de governação constitui um marco simbólico, e também pragmático,



acerca da linha de condução política dos Governos e dos seus protagonistas. O modo como a mensagem é construída através dos *media*, e da imprensa em especial, marca os traços fundamentais que resultam da relação de construção e do reflexo que os jornais permeabilizam entre os seus públicos e os atores políticos da cena governamental. Quisemos perceber como é que a imprensa portuguesa mediatizou esse período no XXI Governo Constitucional de Portugal. Para isso, analisámos todos os artigos dos jornais generalistas diários que tiveram como ângulo principal a ação dos respetivos governantes. Nesse trabalho verifica-se que, de entre as várias pastas e ministérios sob observação, existem grupos top que acabam por gerar diferentes níveis de interesse por parte da imprensa. As finanças destacam-se amplamente dos restantes campos governamentais, contaminando, em grande medida, a imagem do Executivo como um todo. A demonstração desta tendência abre-nos um conjunto de pistas e focos de atenção sobre não apenas este campo vital da *praxis*, como da comunicação governamental e política, do Estado no seu composto institucional. Neste tempo, os jornalistas centraram-se na pasta das finanças como foco essencial da governação nacional (totaliza 30,5 dos artigos noticiosos sobre os governantes Portugueses). É sobre este objeto que nos debruçaremos de forma particular, conquanto a sua pertinência transmite e indicia um formato próprio acerca da construção da imagem política do Governo na sua fase de maior expectativa e num dos momentos de maior observação crítica por parte dos *media* e, conseqüentemente, da opinião pública.

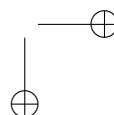
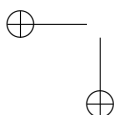
Neste sentido, a questão de fundo que colocamos é a seguinte: em que moldes se constrói e se torna hegemónico, na imprensa, um objeto político e governamental central? Esta questão abre-nos a porta para a complexidade analítica acerca da construção de um conjunto-chave de categorias e indicadores frequentes na imprensa nacional, os quais poderão indiciar um padrão de produção da mensagem jornalística em relação ao ciclo inicial dos 100 dias de governação do Estado. Assim, procuramos definir o predomínio temático ou categorial dos conteúdos noticiosos sobre a política governamental; analisar o tratamento jornalístico construído acerca do desempenho governamental; identificar as fontes noticiosas, ponderando a sua diversificação, notoriedade e funcionalidade instrumental no contexto da produção noticiosa; e discutir os moldes da organização noticiosa à luz da hipótese da *agenda-setting*. Em termos metodológicos, a técnica de suporte a este estudo é a análise de conteúdo, a qual será utilizada numa vertente quantitativa. O *cor-*



pus de análise é constituído pelos textos noticiosos publicados na imprensa diária Portuguesa selecionada nos primeiros 100 dias de governação, ou seja, 961 textos jornalísticos, dos quais 294 artigos são sobre as finanças. Ao longo deste tempo, destacaram-se três importantes acontecimentos, os quais justificam, em grande medida, o foco mediático sobre as finanças: a apresentação do programa do Governo, a crise no Banco Banif e a discussão e aprovação do Orçamento de Estado. O volume de fontes citadas nestes 100 dias de governação foi elevado (2165 fontes), tendo sido analisado e organizado com base no processo categorial e nos indicadores obtidos na organização da análise de conteúdo efetuada. Os resultados esperados desta contribuição apontam para a funcionalidade e instrumentalidade da construção noticiosa política e governamental, identificada através dos focos temáticos e contextuais selecionados num momento central para a governação, os seus primeiros 100 dias. Este percurso de construção noticiosa indicia e, potencialmente, marca a imagem do Executivo, contribuindo de modo permanente para consubstanciar os moldes identitários da imagem pública da governação, dos seus protagonistas, e pastas, ao longo do mandato governativo.

O TEMPO E ESPAÇO DO GOVERNO NA IMPRENSA NOS PRIMEIROS 100 DIAS: FOCOS DE ATENÇÃO E CONSTRUÇÃO NOTICIOSOS

A construção do tempo e espaços da política nos 100 primeiros dias de governação constituem importantes fragmentos da identidade política da Nação. Este período contribuiu para consolidar o espaço vital das múltiplas cumplidades políticas, sociais e identitárias não só do Executivo em cada mandato, como do contexto de representação parlamentar que, com este, se ergue nas legislaturas ligadas ao mandato do Governo. O regime político Português, designado semipresidencialista, salienta o importante papel de coabitação política entre três dos quatro órgãos de soberania nacional, o Governo, a Assembleia da República e o Presidente da República, cabendo aos tribunais um papel paralelo no campo do equilíbrio e sustentação legal, fiscalização e controlo da comunidade e das estruturas de funcionamento do Estado. A imagem pública construída através dos media, e da imprensa em especial, constitui, neste sentido, um reflexo de prioridades, de focos de atenção, de dinâmicas de poder, de interesses programáticos, mas também editoriais, tanto quanto o *agenda-setting* os atende e entende e expõe. Contudo, os valores e conteúdos



reflectidos nos media constituem-se, sobretudo, como referentes com importância relativa no plano da afetação dos públicos das democracias, aliada a um sentido de focagem de rápida permanência no espaço e visibilidade públicas. Ou seja, os indicadores produzidos pela focagem noticiosa dos *media* permitem retirar ilações sobre interesses mediáticos, mas, entre estes e o espaço público de retenção e interesse, o hiato tende a constituir-se de modo acentuado.

A discussão sobre as bases políticas de identidade junto dos públicos da imprensa, construídas através dos *media*, tal como Lippmann (1922), de modo pioneiro, as introduziu e discutiu, projetou a importância da opinião pública, evidenciando o papel dos interesses políticos e da manipulação da mensagem nos meios de comunicação. Segundo Lippmann, apesar da influência das elites na construção da opinião pública, esta mesma opinião pública seria um dos aspetos centrais da comunicação, mas também da política e da democracia. A irracionalidade da construção da ‘opinião’ e da ‘multidão’ em Tarde (1901) sublinhava o caráter heterógeno e a pouca coesão das massas, as quais seriam desprovidas de reflexão e profundidade, visíveis no plano da ação coletiva. Já na visão de Lippmann (1922), a opinião pública constituía-se como um ente moldado em bases política e democraticamente instituídas, onde a irracionalidade das massas estaria na base da falta de coesão social, da crítica, assim como do desligamento em relação à ação do poder político. As limitações associadas à opinião pública encontravam raízes na incompetência política dos cidadãos, aliadas às suas dificuldades de enraizamento sociocultural, bem como a fatores individuais e psicológicos. Lippmann acentuou ainda a importância da seleção editorial dos ângulos do acontecimento como o principal marco de construção das bases da opinião pública, através da imprensa, assim como da ação fundamental da propaganda e da persuasão políticas, na construção da designada ‘manufatura do consentimento’, ou seja, num julgamento coletivo contruído, assumido e consentido pelo sistema político.

O papel e valor da imprensa constituem um dos principais motivos de observação no plano político. Neste quadro, reúne indiscutível interesse a relação da imprensa com os seus protagonistas, a opinião pública, mas sobretudo com os editores, os políticos e os públicos. A literatura tem questionado a débil força da opinião do eleitorado, em contraste com a da elite (Neuman, 1986). Segundo Neuman (1986: 3), “o paradoxo da política de massas é o hiato entre a expectativa de uma cidadania informada em face da teoria demo-

crática e da realidade desconfortante revelada pela sistemática investigação por sondagens”. A ênfase do fosso entre a construção mediática e o envolvimento e motivação do eleitorado coloca-se no modo como é construída a imagem do poder em termos noticiosos e os ângulos selecionados como mais urgentes e funcionais. O desinteresse e a desafetação pública em relação aos assuntos da política tendem a vincar-se em simultâneo com maiores níveis de instrução, de educação e de compreensão socioeconómica e política (Patterson, 1997; Norris, 2000; Norris, 2011). Ou seja, o aumento da competência política é acompanhado por uma evolução que tende a ser inversamente proporcional ao interesse gerado pela política, nomeadamente pela informação acerca da política.

O estudo da influência dos partidos na agenda política e o efeito dos *media* nas agendas partidárias, conduzido por Hopmann *et al.* (2012), demonstrou que os partidos possuem bastante influência na agenda dos *media*, mas que estes têm pouca ascendência sobre a agenda partidária. Este estudo também sublinhou que não são sistemáticos os motivos que estão na base da maior influência de alguns partidos, em relação aos demais, sobre o espaço noticioso que lhes é dedicado. De entre os motores da construção da notícia, salientam-se alguns aspetos que estão na base da seleção do *framing* escolhido. A autenticidade, a negatividade e a personalização constituem focos essenciais da relação que os atores políticos constroem com os *media* (Hopmann, 2014). Estes elementos apresentam-se como ferramentas e instrumentos de mediatização e reflexão acerca dos conteúdos protagonizados na imprensa pelos atores políticos.

Daqueles três aspetos, a negatividade é aquele que tem atraído mais a investigação, pela frequência deste recurso na construção da notícia e pela atratividade e estímulo que gera no seguimento da mesma junto dos públicos dos *media*. Focando-se no ‘tom das notícias’, Mortensen, Green-Pedersen e Thesen (2015) sublinham que “a consistência dominante das notícias negativas ao longo do tempo” parece indicar que as suas causas são estruturais e institucionais, ressaltando-se, contudo, a variação grande na sua intensidade, de acordo com o contexto político. Mortensen, Green-Pedersen, Thesen (2015) acentuam aqui o papel dos *media* enquanto *watch dogs*, o qual acaba por fazer salientar, sobretudo, a negatividade na construção noticiosa. Anteriormente Thesen (2013) apontava já as reações e aproveitamentos distintos dos partidos, consoante se encontram no poder e na oposição, em relação às boas e

más notícias, enfatizando que a responsabilidade política e o tom da notícia constituem aspetos preponderantes quanto à explicação da politização nas notícias. O papel de reforço dos partidos enquanto poder em relação às notícias positivas contrasta com a oposição, que faz eco e amplia as notícias negativas em torno da atuação dos partidos na sede do poder político. A negatividade indicia a capacidade de atração dos recursos editoriais em relação a objetos e argumentos que geram interesse pela sua oposição, crítica, fragilidade em relação a estruturas, eventos, protagonistas, objetos ou fenómenos que o quotidiano comunicacional desencadeia. A personalização centra-se na construção da imagem e identidade política dos protagonistas do sistema político, na sua atuação, nas suas opções estratégicas, problemas e soluções ao longo da sua caminhada e exposição pública perante os desafios e missões para os quais foram mandatados para gerir e governar.

Em segundo lugar, a autenticidade constitui um dos valores aclamados no espaço público como pilar da retórica democrática, facilitador da transparência política entre eleitos e eleitores, base e argumento de proximidade entre as massas e o poder político. É neste âmbito que Harwood (2004) destaca a caminhada do público em busca da autenticidade da informação. A confiança que esta gera nos cidadãos permite e reforça um estado de constante 'juízo' e contextualização pessoal, por parte de cada um de nós, sobre a veracidade e significado da informação transmitida. O pessimismo e a descrença tendem a acentuar-se à medida que as bases de juízo não são claras, nomeadamente as fontes utilizadas na construção noticiosa, não identificadas ou pouco claras e a omissão de dados relevantes para o entendimento da história e do papel desempenhado pelos seus protagonistas políticos. Coloca-se a questão sobre a autenticidade da notícia enquanto espelho da realidade, abordagem, como lembra João Carlos Correia, que tende a ser, cada vez mais, substituída pela da notícia enquanto narrativa baseada num dispositivo com vista a "dar forma à experiência tal como um poema, um romance, um livro de histórias ou um conto de fadas (Correia, pp. 57-58). Deste modo, a notícia constitui-se como uma narrativa, cujo contexto, personagens e história são enquadradas, de modo funcional, nas expectativas, tempo e espaço em curso. Ou seja, a construção noticiosa superintende um conjunto de quadros de referência institucionais, económicos e políticos vitais, que formatam, de modo imperativo, os encaixes e limites noticiosos com os quais o jornalista se defronta. Na linha de Maia (2008), Gil Baptista Ferreira (2011) sublinha

que os “jornais não são canais provedores neutros de informação”, mas estão ligados e integrados, institucionalmente, em organizações com relações políticas, económicas, e com culturas profissionais próprias e conflituantes com os demais actores sociais. Como sublinha Rogério Santos (2006), a complexidade da construção noticiosa resulta de um conjunto de dinâmicas e agentes integrantes, cujo produto final, a notícia, nem sempre permite fazer transparecer a forma como o processo foi concebido, assim como os moldes com base nos quais se estabeleceram opções, interações, ângulos noticiosos. O processo noticioso promove a relação de negociação, nem sempre regular e sistemática, entre jornalista e fontes. Esta relação, na base da construção noticiosa, tende a moldar-se, em cada momento político e social, de acordo com as necessidades atinentes a cada objecto noticioso e personagens envolvidos. Num trabalho centrado na profissão de jornalista (Lopes, 2015), enunciámos a importância da observação próxima e crítica dos constrangimentos e limites económicos colocados à profissão, os quais tendem a constituir-se como condição *sine qua non* de entendimento e reflexão das opções noticiosas em democracia.

Em terceiro lugar, a personalização da construção noticiosa constitui uma prática frequente com vista ao desenvolvimento de uma identidade próxima com o protagonista e com o objeto da notícia. Para o efeito de personalização, as valências tecnológicas da era digital têm vindo a ser há muito destacadas (Negroponte, 1995, Norris, 2001; Hidman, 2012). No entanto, esta diferenciação nos seus usos está longe de ser massificada, quando se compara a utilização da imprensa no contexto das democracias ocidentais. A personalização na política constitui um objeto que tem vindo a ser destacado pela sua preponderância nos *media* (Wattenberg, 1995), através da importância atribuída aos desempenhos dos candidatos, sobretudo em tempos de campanha eleitoral, secundarizando a ideologia como tópico de importância política. A personalização na política é patente, em particular, na imprensa partidária, sobretudo associada a partidos de poder e de massas (Espírito Santo, Ferreira Costa, 2016), e menos realçada em partidos onde o coletivo e o partido como um todo constituem o motor fundamental das forças partidárias, como é o caso do Partido Comunista. A personalização na política constitui-se como um elemento constante na construção e seleção noticiosa. Contudo, na imprensa generalista, a personalização tende a ser mais evidente quando os objetos em

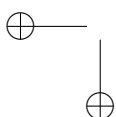


realce poderão carecer de projeção perante a opinião pública, e os seus protagonistas usufruem de um estatuto diferenciado perante a mesma.

Com base neste quadro de referência e a partir da identificação das linhas estruturantes da construção do discurso nos *media*, e na imprensa em particular, desenha-se um conjunto de questões subsidiárias à investigação, colocadas nos seguintes termos:

- existe um ciclo noticioso autónomo nos 100 primeiros dias de governação que marque uma identidade noticiosa característica do novo Governo? Ou seja, haverá um ciclo noticioso que apresenta estabilidade na tematização, no foco e nas fontes?
- identificam-se valores predominantes (autenticidade, negatividade, personalização...) nos conteúdos noticiosos construídos em torno dos 100 primeiros dias de Governação?
- é possível encontrar pontos fortes e fragilidades na primeira abordagem noticiosa ao novo Governo e de que modo estes podem ser prenunciadores de uma marca de identidade do Governo para o futuro?
- evidenciam-se fontes privilegiadas e, em caso positivo, qual o seu papel e em que medida são centrais no *frame* selecionado?
- há traços permanentes de representação noticiosa sobre o XXI Governo Constitucional nos seus 100 primeiros dias de governação em termos de definição de uma imagem forte ou frágil em termos políticos?

A possibilidade da definição do ciclo noticioso dos primeiros 100 dias de governação constitui um dos dados noticiosos mais marcantes na construção da identidade dos novos Governos. Entender as bases da construção deste ciclo noticioso abre caminho para possíveis novos patamares de compreensão da noticiabilidade acerca do Governo e da sua relação com os públicos da democracia e com os meios de comunicação social.



RETRATOS QUE A IMPRENSA GENERALISTA PORTUGUESA CONSTRUIU DOS 100 PRIMEIROS DIAS DO GOVERNO DE ANTÓNIO COSTA: ESTUDO EMPÍRICO

Caminhos metodológicos

Analisámos os 100 primeiros dias do Governo de António Costa através dos jornais diários generalistas portugueses: Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias e Correio da Manhã. Os dois primeiros são jornais de referências e os outros dois apresentam uma linha mais popular. A nossa amostra compõe-se apenas de artigos jornalísticos que têm como ângulo noticioso a ação dos membros do Governo, excluindo-se todos os textos em que o Governo é apenas o alvo da ação de outros atores sociais. A análise compreende o período entre os dias 27 de novembro de 2015 e 4 de março de 2016, totalizando 961 textos e 2165 citações de fontes de informação. A recolha de dados foi efetuada com recurso às versões digitais dos periódicos em causa, selecionando-se os cadernos principais desses títulos e excluindo-se as secções Local (no *Público*) ou Porto (no *JN*). Os textos recolhidos foram sujeitos a uma análise quantitativa dos textos, feita através do programa de análise estatística de dados *Statistics Package for Social Sciences (SPSS)*, centrada em dois eixos de análise.

O primeiro eixo de análise procura caracterizar o texto através das seguintes variáveis: tipo de título (positivo, neutro, negativo), género jornalístico (notícia, reportagem, entrevista, perfil), tema (as categorias seguem os ministérios que compõem o Governo), ângulo (apresentação/discussão de medidas, reversão de medidas, gestão corrente), agendamento (iniciativa dos media, eventos públicos, conferências de imprensa/comunicados, situação em curso), tamanho do texto (breve, médio, extenso), tempo (antecipação, dia anterior, ponto de situação), lugar (dividindo o nacional por regiões e o internacional por continentes).

O segundo nível centra-se nas fontes de informação, analisadas aqui do ponto de vista do leitor dos textos, não transportando o investigador para a análise dos dados os conhecimentos prévios acerca de determinado indivíduo. As fontes são caracterizadas quanto ao tipo (humana ou não humana), identificação (identificada, não identificada ou anónima), geografia, estatuto e ministérios. O estatuto das fontes de informação é encontrado a partir de uma



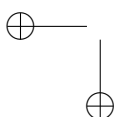
tipologia por nós criada e que nos permite saber se estamos a lidar com fontes oficiais, especializadas ou outras.

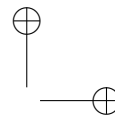
Neste artigo, separámos os textos que falam de Finanças a fim de se efetuar uma análise mais apurada. Assim, trabalhamos de forma isolada 294 textos e 677 fontes de informação.

Discussão de resultados

Nos 100 primeiros dias de governação, os jornais diários portugueses publicaram 961 textos noticiosos com o enfoque centrado no trabalho dos governantes portugueses. Destes, 294 artigos elegeram como tematização principal as finanças, ou seja, 30,5 por cento do que foi publicado nesse âmbito. É uma percentagem elevada, também justificada por três acontecimentos que desencadearam uma forte noticiabilidade: a apresentação do programa do Governo, a crise no Banco Banif e a discussão e aprovação do Orçamento de Estado. Neste conjunto de textos que tiveram as finanças como tópico central, citaram-se 677 fontes (o total dos textos em estudo somou 2165 fontes). São números elevados quando se fala apenas de um tema e quando existe um discurso político que anuncia um ciclo novo que pretende subalternizar uma ação política comandada pelas finanças, como acontecera no Governo anterior.

Analisando os textos que tratam apenas das finanças, nota-se um certo desvio dos valores-padrão obtidos na análise global dos dados analisados. É como se houvesse um noticiário dentro de outro noticiário. Aliás, é assim que se olha para o ministério das Finanças: como um Governo dentro de outro Governo. Tratamento do tema e escolha de fontes não acompanham a tendência desenhada nos jornais portugueses para a cobertura dos 100 primeiros dias de governação. O novo ciclo anunciado pelo primeiro-ministro pode ter alguns reflexos na totalidade de textos relativos a esse período, mas se a referência for o conjunto de artigos noticiosos sobre finanças é difícil anunciar uma nova era. Porque a realidade política continua a exigir uma intervenção permanente das finanças. Porque o passado recente estruturado por uma difícil conjuntura financeira não pode ser subitamente apagado. Porque a imprensa generalista continua presa a um período de austeridade que vigorou de forma severa a partir de 2011, altura em que Portugal ficou sob o rígido comando do Programa de Assistência Económica e Financeira, não podendo a agenda





mediática sofrer repentinamente uma revolução no modo como foi pensando o país político.

Finanças: uma tematização em contraciclo

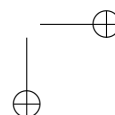
Da mediatização na imprensa generalista diária dos 100 primeiros dias de governação do executivo socialista liderado por António Costa, sobressai uma cobertura noticiosa intensa (publicam-se em média 2,4 textos por dia), desenvolvida em textos de tamanho médio ou extenso, declinada maioritariamente pelo ângulo positivo¹, feita em forma de notícia², refletindo mais de metade dos textos acontecimentos previamente agendados pelos atores políticos. Apesar do esforço deste Governo em proclamar um novo ciclo político afastado do tópico da austeridade que havia dominado o discurso político dos anos precedentes, os jornalistas privilegiaram a tematização financeira e, quando o fizeram, houve um desvio de um certo padrão que a cobertura jornalística desse tempo instalou. Ano e meio depois do fim oficial do Programa de Assistência Económica e Financeira a Portugal, acordado em maio de 2011 por um período de três anos entre as autoridades portuguesas, a União Europeia e o Fundo Monetário Internacional, a imprensa portuguesa continuou a encontrar nas finanças um *frame* persistente. Tal aconteceu porque o calendário a isso o obrigou, mas porque também os jornalistas não quiseram fazer desvios de rota.

As finanças foram, sem dúvida, o tópico mais presente nas notícias publicadas nos jornais portugueses a respeito dos 100 primeiros dias de governação socialista, reunindo 30,6 por cento dos textos noticiosos. A seguir, surgem a ação política do Governo (14,9 por cento); a saúde (9,4 por cento); o trabalho, a solidariedade e a segurança social (8,9 por cento); a educação (8,4 por cento); e o ambiente (3,1). Os restantes temas reúnem percentagens pouco significativas, somando sempre menos de 25 textos nesses 100 dias.

Se o universo estudado apresenta mais de metade dos textos com títulos positivos, quando se isolam as peças que falam de finanças, essa percentagem desce para 37,8 e os títulos negativos crescem de 23,7 para 38,1. Nota-se

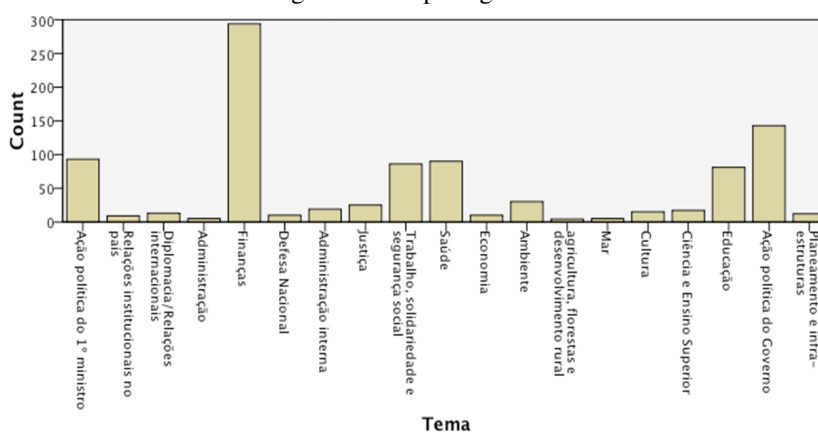
1. Em termos percentuais, 53,1% dos artigos apresentam títulos positivos, 23,2% usam títulos neutros e 23,7 têm títulos negativos.

2. Em termos percentuais, 96,8% dos textos são notícias; 2,4, entrevistas; 0,7, perfis; 0,1, reportagens.



que a tematização financeira arrasta consigo um enfoque pessimista acerca da capacidade que o poder governativo terá em libertar-se dos anos de crise em que mergulhou a partir da segunda década do século XXI. Ainda que o discurso político insista em resgatar algum ânimo para um futuro mais auspicioso para os portugueses, o discurso jornalístico mantém-se agarrado a um enfoque pouco confiante na capacidade que o Governo terá para fazer reverter o contexto de crise em que submergiu o país.

Gráfico 1. Distribuição por tema dos textos noticiosos publicados nos jornais generalistas portugueses



Apresentando-se em tempo de campanha eleitoral com um conjunto de promessas que garantia a reversão de algumas das decisões do Governo anterior, o primeiro-ministro António Costa contou nos primeiros 100 dias de Governo com alguns ministérios para o ajudar a cumprir o que prometera. Em termos globais, 11,4 por cento dos textos noticiosos refletem uma política que reverte deliberações políticas, havendo áreas mais proactivas do que outras. Os cinco ministérios que mais se salientaram a este nível foram os seguintes: Educação (35,8 por cento); Ambiente (35,3 por cento); Justiça (32 por cento); Negócios Estrangeiros (17,6); e Trabalho, Solidariedade e Segurança Social (15,2 por cento). Aí, o ministério das Finanças reuniu uma percentagem de 2,1 por cento, dividindo-se os textos entre a apresentação de novas medidas e a gestão corrente.

Em termos de agendamento, constata-se que 51,5 por cento dos textos noticiosos destes 100 dias de governação refletem acontecimentos previamente agendados pelos governantes. São eles que promovem ou participam em pseudo-eventos, a maior parte dos quais organizados em função da cobertura mediática que podem suscitar. Os restantes dividem-se entre aquilo que se pode calcular como sendo uma noticiabilidade criada pelos próprios jornais (uma parte reduzida, é certo) ou como correspondendo à gestão corrente da coisa pública (uma parte mais substancial). No entanto, o ministério das Finanças não acompanha aquilo que é o comportamento-padrão do Governo. Ao contrário da generalidade dos ministérios, quem se ocupa das Finanças normalmente não surge nos textos noticiosos enquadrado em eventos públicos. Esta situação apenas soma neste ministério 24,5 por cento dos textos. Em contrapartida, é dos ministérios mais ativos em promover conferências de imprensa ou em divulgar comunicados (16,7 por cento dos textos). É claro que, neste período, houve acontecimentos que contribuíram para fazer crescer a frequência registada a este nível, principalmente a apresentação do Orçamento do Estado feita aos jornalistas, a qual decorreu em dois dias de que resultaram dezenas de artigos nos jornais diários. Acima do ministério das Finanças, apenas se encontra o ministério da Educação que é muito produtivo em conferências de imprensa ou em comunicados. Outros ministérios que se salientam também a este nível são os seguintes: Trabalho, Solidariedade e Segurança Social (15,2 por cento); Ambiente (11,8 por cento); e Saúde (9 por cento).

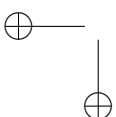
A força de um conjunto restrito de fontes oficiais na tematização das finanças

Na cobertura noticiosa da governação do país, os jornais portugueses recorreram essencialmente a fontes oficiais. Se àquelas que apresentam traço humano (60 por cento), acrescentarmos os documentos oficiais (15,7 por cento), mais de três quartos das citações situam-se a este nível. É uma percentagem demasiado alta, deve reconhecer-se. Acerca das finanças, o primeiro-ministro fala menos do que na média global do universo estudado (registar-se quase metade das citações) e os responsáveis internacionais falam mais (quase o dobro). No que diz respeito aos deputados que, na média geral, reúnem 15 por cento das citações, quando o tema são as finanças essa percentagem sobe



para 21,7 por cento. As fontes profissionais mantêm uma certa distância desta tematização. Mesmo os sindicatos que, em média, apresentam uma percentagem de 11,9 por cento das citações, neste âmbito esse valor desce para 6,6 por cento. Nas fontes não-humanas, registam-se valores muito próximos daqueles que se encontram no universo dos textos considerados. Excepto nos documentos oficiais. Enquanto que a nível geral esse tipo de texto soma 10 por cento, aqui esse valor é de 15,7 por cento.

Quando se trata de finanças, quem mais fala desta matéria é o respetivo ministro e são os seus secretários de Estado. Anunciando desde o início do seu mandato um novo tempo político, o primeiro-ministro fez um esforço para não falar (muito) sobre este tópico. Tendo vivido um longo período vergados a uma política de austeridade, os deputados têm mais dificuldade em desprender-se deste tema. Também o calendário político não foi favorável a outras tematizações. Nos primeiros 100 dias de governação, discutiu-se um programa de Governo onde a crise foi sempre uma sombra omnipresente, abriu-se uma crise sistémica no banco Banif e apresentou-se e fez-se aprovar o Orçamento de Estado. Esta agenda muito presa aos números foi, em boa parte, responsável por um noticiário que se encheu de declarações de teor financeiro.



Tipo de Fontes de Informação	Fontes de Informação	Porcentagem de citações
Oficiais	Primeiro-ministro	3.5
	Ministros	16.2
	Secretários de Estado	7.5
	Presidente da República	0.1
	Responsáveis internacionais	4.6
	Deputados	21.7
	Assessores	0.1
	Outros	5.3
Profissionais	Justiça	1.3
	Economistas/empresários/gestores	1.8
	Militares	0.1
	Académicos/investigadores	0.1
	Assessores	0.4
	Outros	1.2
Não profissionais	Sindicatos /Associações	6.6
	Militantes de partidos	0.9
Não humanas	Documentos Oficiais	15.7
	Documentos especializados	1.3
	Comunicados	2.5
	Media generalistas	4.1
	Media especializados	0.6
Cidadãos	Sites	0.6
	desconhecidos	0.1
Sem identificação	Não sei quem/o que são	3.2

Quadro 1. Distribuição das fontes citadas nos artigos de finanças (universo de 677 fontes)

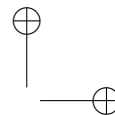
Olhando para os ministérios, constata-se uma enorme prudência de todos em relação ao tema das finanças. Por norma, ministros e secretários de Estado evitam este tópico que se concentra, como seria expectável, no ministério das Finanças. Enquanto que a nível global este ministério reúne uma percentagem de 12,4 por cento, em assuntos financeiros a percentagem sobe para 34 por cento. Triplica. Os mais citados são o ministro das Finanças e o secretário de Estado dos Assuntos Fiscais, embora a equipa seja composta por mais

três secretários de Estado que, no entanto, neste período revelam-se parcos na palavra mediática. Refira-se, porém, que não se nota uma inclinação desta equipa pela promoção de pseudo-acontecimentos. Sente-se a maior parte das vezes que há uma agenda mediática que coloca no topo da atualidade noticiosa assuntos financeiros, procurando ativamente declarações políticas sobre os assuntos que se multiplicam neste campo. As fontes aqui são mais reativas do que proactivas e movimentam-se mais à defesa do que ao ataque.

Fontes do Governo (Primeiro Ministro e Ministérios)	Percentagem de citações
Primeiro Ministro	4
Presidência e Modernização Administrativa	0.3
Finanças	34
Defesa Nacional	0.3
Administração Interna	0.1
Justiça	0.3
Adjunto	0.3
Trabalho, Solidariedade e Segurança Social	1.2
Saúde	0.6
Planeamento e Infraestrutura	0.4
Economia	0.4
Ambiente	0.6
Cultura	0.3
Ciência	0.6
Educação	1
Mar	0.1
Vários ministros	1.3
Não sei	0.9
Fontes que não são governantes	53.2

Quadro 2: Distribuição dos ministérios citados nos artigos de finanças
(universo de 677 fontes)

Há alguns aspectos, porém, em que não se notam grandes variações. Na geografia, no sexo e na identificação, as fontes citadas em assuntos de finanças são idênticas àquelas que os jornalistas usam noutros tópicos. A este nível, as fontes de informação são hegemonicamente nacionais e falam desenraizadas

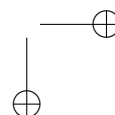
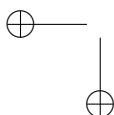


de um ponto específico. Apresentam-se com uma escala nacional. Quase 90 por cento dos interlocutores ouvidos pelos jornalistas são assim. Quando falam a partir do estrangeiro, situam-se num ponto europeu, principalmente em Bruxelas. No universo em estudo, as fontes europeias reúnem 3,9 por cento das citações; quando o tema são as finanças, esse número cresce para 6,5 por cento. Em relação ao tipo de fontes a que recorrem os jornalistas e à respetiva identificação, os assuntos das finanças seguem o padrão do conjunto de artigos em estudo. Preferem-se as pessoas aos documentos (75,3 por cento das fontes têm o traço humano) e privilegiam-se os homens às mulheres (por cada mulher ouvida citam-se quatro homens). Cerca de 85 por cento das fontes são identificadas, o que é indubitavelmente uma percentagem alta para o jornalismo político, havendo uma reduzidíssima percentagem de fontes anónimas (menos de um por cento). As restantes são fontes não identificadas, ou seja, fontes cuja proveniência é explicitada, embora seja ocultada a sua identidade.

NOTAS FINAIS

O tempo da política é um tempo de expectativas, que se renova nos momentos em que o voto abre um novo ciclo político que se estrutura com diferentes protagonistas. O designado ‘estado de graça’, que caracteriza os primeiros tempos de qualquer Governo, é certamente um período de observação diligente, crítica mas também auspiciosa, sendo os jornais um importante periscópio para esse trabalho. Foi exatamente isso que procurámos aqui fazer, elegendo os 100 primeiros dias do XXI Governo Constitucional como linha diacrónica em estudo. Trata-se de um ciclo político autónomo em que se apresenta ao sistema político e à opinião pública um novo cenário Governativo com figuras políticas que procuram constituir-se como atrações de um sistema que lutará por durar uma legislatura. Ao nível do enquadramento noticioso, este intervalo de tempo constrói uma determinada tematização, seleciona um conjunto de fontes e escolhe determinados focos que certamente ajudarão a construir uma imagem do Governo e dos seus respetivos governantes.

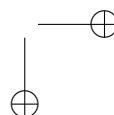
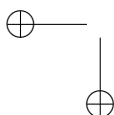
Do estudo aqui realizado sobressai uma mediatização algo diversificada e declinada num tom maioritariamente positivo, mas ainda com uma forte incidência na tematização das finanças, correspondendo isso a uma informação que funciona numa espécie de contraciclo relativamente àquilo que é a cobertura noticiosa da restante atividade do Governo. É como se houvesse um noti-





ciário dentro de um outro noticiário, tal como as finanças parecem constituir-se como um Governo dentro do Governo. Seguindo a atividade governativa através da imprensa generalista portuguesa, constata-se uma opção clara por um agendamento noticioso centrado nas finanças que obtiveram 30,6 por cento dos textos noticiosos. A seguir, surgem a saúde (9,4 por cento); o trabalho, a solidariedade e a segurança social (8,9 por cento); a educação (8,4 por cento) e o ambiente (3,1 por cento), que reúnem percentagens envergonhadas quando comparadas com o tema predominante. O valor algo hegemónico das finanças justifica-se pela atualidade política do momento (apresentação do Programa e do Orçamento, por um lado, e crise no Banco Banif, por outro), mas também deve ser lida à luz de um noticiário que se habitou a ler a política governativa com um olhar centrado das finanças. Aliás, seguindo a identificação daqueles que assinam as peças analisadas, sobressai um cruzamento de jornalistas de política com jornalistas da área económica que, nos últimos anos, foram desviados para a cobertura daquilo que se fazia a nível executivo, mas que continuaram a transportar para os seus textos uma permanente preocupação com os números. O início de uma nova legislatura e o aparecimento de um elenco governativo não conseguiram mudar aquilo que se enraizou como um *frame* privilegiado na cobertura noticiosa da política: as finanças. Este enfoque é apresentada nos jornais portugueses como a principal fonte de desenvolvimento do país, dos seus recursos, das suas decisões políticas internas e internacionais.

Os valores-notícia em torno dos quais se desenvolve a dinâmica noticiosa, na imprensa generalista portuguesa, promove um certo equilíbrio entre a autenticidade, a negatividade e a personalização. A personalização evidencia-se nos casos em que o sistema político já reconhece os protagonistas, criando-se um ciclo vicioso nos primeiros 100 dias, de modo a evidenciar o que já é expectável vir a ser reconhecido pela opinião pública. A mensagem política da imprensa é maioritariamente centrada na figura do primeiro-ministro, exceto quando os assuntos são finanças, representados sobretudo através do seu Ministro Mário Centeno e do seu Secretário de Estado dos Assuntos Fiscais (apesar de serem três os Secretários de Estado). Na verdade, numa nova fase do ciclo governativo, a imprensa portuguesa não pontua todos os protagonistas políticos ora porque não estão envolvidos em temas que se colocam no topo dos alinhamentos noticiosos, ora porque ainda não são reconhecidos pelos sistemas político/mediático.



Se nem todos os governantes têm igual acesso à palavra mediática na imprensa generalista, há dois atores que se distinguem nesse período: os deputados e os sindicatos. A substancial visibilidade dos primeiros faz ressaltar indiretamente o novo ciclo que se anunciara. O poder executivo não mais se exerce de forma solitária em gabinetes ministeriais, mas em permanente negociação com o poder legislativo para se encontrar os consensos necessários que possibilitem a governação. Há aqui uma nova experiência governamental e parlamentar, um novo equilíbrio de forças entre os partidos de esquerda no Parlamento (além do Partido Socialistas -PS, o Bloco de Esquerda- BE, a Coligação Democrática Unitária – CDU, e o partido Pessoas, Animais e Natureza – PAN), que introduz uma original dinâmica política precisamente no ano em que se comemoraram, em Portugal os 40 anos da Constituição da República Portuguesa.

Em termos noticiosos, outros dos pontos relevantes deste período é a evidente capacidade de provocar nos media um agendamento declinado num registo positivo, criando-se assim um período de tréguas noticiosas que poderá também ser estendido aos vários atores envolvidos no processo noticioso político (jornalistas, editores, políticos, assessores, opinião pública). Este estado de graça induzido entre os vários dinamizadores do espaço público noticioso abre a porta a novas identidades e a novos modos de atuação que podem revelar-se permanentes ao longo dos meses, e anos vindouros, de governação. É nesses traços permanentes de representação do Governo que os media refletem que começa a definir-se uma imagem política forte ou frágil perante a opinião pública.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adam, S. & Maier, M. (2010). Personalization of politics. A critical review and agenda for research. In C. T. Salmon (Ed.), *Communication yearbook 34* (pp. 213-257). New York: Routledge.
- Correia, J. C. (2011). *O admirável mundo das notícias: teorias e métodos*. Covilhã: LabCom Books.
- Espírito Santo, P. & Costa, B. F. (2016). Party newspapers perspectives and choices: a comparative content analysis view. *Sage Open*, (April-June 2016), 6(2): 1-15.

- Ferreira, G. B. (2011). Qual o papel do jornalismo nas democracias contemporâneas: jornalismo público e deliberação política. *Exedra Comunicação nas Organizações*, (9): 79-92.
- Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. USA: Greenbooks Publications (2010).
- Harwood, R. C. (2004). In search of authenticity: public trust and the news media. *National Civic Review*, 93(3): 11-15.
- Lopes, F. (2015). *Jornalista, profissão ameaçada*. Lisboa: Alêtheia Editores.
- Hindman, M. (2012). Personalization and the future of news. *EUI Working Paper RSCAS 2012/56* (pp. 1-15). Italy: European University Institute. <http://hdl.handle.net/1814/24296>
- Hopmann, D. N. (2014). Politicians, parties and political candidates in the news media. In C. Reinemann (Ed.), *Political Communication*, vol. 18 (pp. 389-408). Berlin: Mouton de Gruyter.
- Hopmann, D. N.; Elmelund-Præstekær, C.; Albæk, E.; Vliegenthart, R. & Vreese, C. H. (2012). Party media agenda-setting: how parties influence election news coverage. *Party Politics*, March, 18: 173-191.
- Maia, R. (2008). *Mídia e deliberação*. Rio de Janeiro: Editora FVG.
- Mortensen, P. B.; Green-Pedersen, C. & Thesen, G. (2015). Is the news all negative? Trends in the political tone of the news. *CAP conference – The Annual Comparative Agendas Conference*. Lisbon (22 June 2015). Draft paper.
- Neuman, W. R. (1986). *The paradox of mass politics: knowledge and opinion in the american electorate*. Cambridge: Harvard University Press.
- Negroponte, N. (1995). *Being digital*. New York: Alfred A. Knopf.
- Norris, P. (2000). *Virtuous circle: political communications in post-industrial democracies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Norris, P. (2001). *Digital divide: civic engagement, information poverty, and the internet worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Norris, P. (2011). Political communication. In D. Caramani (ed.), *Comparative politics* (pp. 352-370). Oxford. Oxford University Press.
- Patterson, T. (1997). The news media: an effective political actor?. *Political Communication*, 14: 445-455.



- Santos, R. (2006). *A negociação entre os jornalistas e as fontes*. Coimbra: Minerva Editora.
- Tarde, G. (1989). *L'opinion et al foule*. Paris: PUF (1901).
- Thesen, G. (2013). When good news is scarce and bad news is good: government responsibilities and opposition possibilities in political agenda-setting. *European Journal of Political Research*: 364-389.

