

The *Ilustração Portuguesa* and the coverage of the presidential elections of the I Republic in Portugal

A *Ilustração Portuguesa* e a cobertura das eleições presidenciais da I República em Portugal

Celiana Azevedo*, Jorge Pedro Sousa**, Fátima Lopes Cardoso***

*Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Setúbal, ICNOVA (celiana.azevedo@ese.ips.pt)

** Universidade Fernando Pessoa, ICNOVA (jpsousa@ufp.edu.pt)

*** Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa, ICNOVA (fatimalcardoso@gmail.com)

Abstract

In Portugal, the Republic was imposed by a revolution when, after more than seven centuries of monarchy, the head of state was elected. Despite the interest of studying the behaviour of the press in the presidential elections during the First Portuguese Republic (5 October 1910 to 28 May 1926), this is a subject not yet addressed in the history of Portuguese journalism.

This research aims to contribute to a greater understanding of this subject. To this end, we analysed the coverage from *Ilustração Portuguesa* (1903-1924) combining an investigation with quantitative and qualitative approach, articulating the detection, collection and analysis of the data of the two previous and subsequent issues to the dates of each election.

The study concluded that the presidential elections in the I Republic had a strong impact and a high value as news; they were events of great political, social and cultural symbolism, similar to the enthronements in the monarchies; taking into account the time and the independent character of the publication, the coverages were essentially descriptive, not analytical and interpretative; focused on "personal" with strong use of portrait photography; the speech presented the disenchantment with the I Republic, namely with the dissensions and struggles in the political field, often violent; and each presidential election was framed in a forward-looking and always praising speech for each of the new heads of state.

Keywords: Presidential elections, Portugal, First Republic, journalistic cover, discourse analysis.

Resumo

Em Portugal, a República foi imposta por uma revolução quando, passados mais de sete séculos de Monarquia, o chefe de Estado passou a ser eleito. Apesar do interesse de que se reveste o estudo do comportamento da imprensa nas eleições para a Presidência, durante a I República Portuguesa (5 de outubro de 1910 a 28 de maio de 1926), trata-se de uma temática ainda não abordada na história do jornalismo português.

Este artigo tem como objetivo contribuir para um maior entendimento deste assunto. Para isso, foi analisada a cobertura feita pela *Ilustração Portuguesa* (1903-1924) combinando uma investigação com abordagem quantitativa e qualitativa do discurso, articulando a deteção, a recolha e a análise dos dados dos dois números anteriores e posteriores às datas de cada eleição.

O estudo concluiu que as eleições presidenciais na I República tiveram forte repercussão e um elevado valor como notícia; foram acontecimentos de grande simbolismo político, social e cultural, à semelhança das entronizações nas monarquias; tendo em conta a época e considerando o carácter independente da publicação, as coberturas foram essencialmente descritivas, pouco analíticas e interpretativas; centraram-se na "pessoalização", com forte recurso à fotografia de retrato; o discurso apresentou o desencanto com a I República, em especial, com as dissensões e lutas no campo político, frequentemente violentas; e cada eleição presidencial foi enquadrada num discurso voltado para o futuro e sempre elogioso para cada um dos novos chefes de Estado.

Palavras-chave: Eleições presidenciais; Portugal; I República; cobertura jornalística; análise do discurso.

Introdução e estado da questão

Em Portugal, a República foi imposta por uma revolução, a 5 de outubro de 1910. Passados mais de sete séculos de Monarquia, o chefe de Estado passou a ser eleito. A eleição do Presidente da República foi, para os portugueses, uma novidade e, tal como as de hoje, revelaram-se acontecimentos relevantes, ocorrências de forte simbolismo político, social e cultural, à semelhança das entronizações nas monarquias. Estes momentos políticos tiveram elevado valor como notícia, já que possuíam várias das qualidades que tornam os factos sociais notáveis e noticiáveis, como a novidade, notoriedade dos envolvidos e impacto social (Galtung & Ruge, 1965; Traquina, 2002). Transformaram-se, por isso, em casos rotineiramente cobertos pelos meios jornalísticos, até porque, na I República (5 de outubro de 1910 a 28 de maio de 1926), o jornalismo de cariz industrial já se encontrava consolidado em Portugal (Matos, 2014).

Deve-se ressaltar também que apesar das tremendas taxas de analfabetismo, que atingiam cerca de 75% da população no início da I República, a sociedade portuguesa, crescentemente mediatizada, estava dependente dos jornais e revistas para saber o que se passava, interagir e tomar certas decisões (cf. Ball-Rokeach & DeFleur, 1976). Os candidatos e os Presidentes, por seu turno, necessitavam da imprensa, única forma de, à época, comunicarem publicamente as suas ideias, darem-se a conhecer e ganharem protagonismo junto do público.

Apesar do interesse de que se reveste o estudo do comportamento da imprensa nas eleições para a Presidência, durante a I República Portuguesa, a pesquisa bibliográfica apurou que se trata de um objeto de estudo virgem. As investigações sobre as coberturas de eleições presidenciais portuguesas são voltadas para o passado imediato, caracterizado pela pluralidade dos meios à disposição dos cidadãos (por exemplo, Serrano, 2005, 2006; Couto, 2006; Camboa, 2011; Nascimento, 2011; Sá, 2011), ou para casos específicos, como a campanha do general Humberto Delgado (1958), opositor ao regime salazarista (Freitas, 2017; Reis, 2019), não para um passado longínquo, em que o principal e único ou quase único meio de comunicação massivo era a imprensa.

Desta forma, esta investigação teve por objetivo geral, dando resposta a uma lacuna de conhecimento, caracterizar as coberturas que a *Ilustração Portuguesa* (1903-1924) - revista ilustrada, generalista, independente e de expansão nacional portuguesa - fez das eleições presidenciais durante a I República. Escolheu-se essa revista porque dentre todas as revistas ilustradas e de informação geral que circularam durante a I República, foi a única que cobriu quase todas as eleições presidenciais desse período, falhando somente a última. A *Ilustração Portuguesa*, a segunda revista que, na história, surgiu, em Portugal, com esse título, nasceu no seio da empresa do jornal *O Século*. Em 1911, ano da primeira eleição presidencial, ia na segunda série, que provavelmente se iniciou a 26 de fevereiro de 1906, mas as eleições presidenciais de 1925, as últimas da I República, já não foram cobertas por esta publicação, pois cessou suas atividades em 1924. Pela sua longevidade e características, é considerada, entre todas as publicações impressas, o principal arquivo gráfico da vida em Portugal, entre o final da Monarquia e quase toda a I República.

Partiu-se da hipótese, sustentada pela bibliografia sobre critérios de noticiabilidade (Galtung & Ruge, 1965; Traquina, 2002) e cobertura eleitoral (Serrano, 2005, 2006; Couto, 2006; Camboa, 2011; Nascimento, 2011; Sá, 2011, de que as eleições presidenciais na I República tiveram forte repercussão mas, tendo em conta a época e considerando o carácter partidariamente independente da publicação escolhida, foram objeto de uma cobertura essencialmente descritiva e, portanto, pouco analítica e interpretativa, ainda que tenham

sido apresentadas como uma corrida entre diversos candidatos (pessoalização da cobertura), para o que contribuiu o recurso à fotografia de retrato, então bastante comum na imprensa (Sousa, 2017).

Eleições e presidentes durante a I República Portuguesa

Durante a I República, sete personalidades – intelectuais, militares e políticos – foram eleitas para chefiar o Estado, ao longo de oito mandatos. Exclui-se da contagem Teófilo Braga, que liderou o Estado e o Governo Provisório entre 5 de outubro de 1910 e 24 de agosto de 1911 devido ao triunfo da revolução republicana de 5 de outubro de 1910. Nos termos da Constituição de 1911, em sete ocasiões, os presidentes da República Portuguesa foram eleitos, indiretamente, pelo Congresso da República, já que vigorava no país um regime político parlamentarista. Num único caso, essa situação não se verificou. Sidónio Pais tomou o poder pela força em dezembro de 1917 e, em 28 de abril de 1918, nos termos do Decreto n.º 3997, de 30 de março de 1918, foi sufragado por voto direto. O sufrágio, ao qual apenas concorreu Sidónio Pais, foi organizado de acordo com a legislação de 1918, que, na sequência do golpe de Estado de dezembro de 1917, impôs um regime presidencialista a Portugal e alargou para 900 mil eleitores o universo eleitoral, que os republicanos tinham constrangido na sequência da Revolução de 5 de Outubro de 1910¹. Votaram nestas eleições presidenciais diretas, as primeiras da história de Portugal, 513 958 portugueses (do sexo masculino), cerca de 57,1% do total de eleitores recenseados (abstenção de 42,9%), tendo Sidónio obtido 470 831 votos expressos (91,6%). No mesmo dia, foram eleitas as duas câmaras do Congresso, igualmente por voto direto, mas somente o Partido Nacional Republicano, organizado por Sidónio, o Partido Socialista, o Centro Católico Português, a Causa Monárquica e alguns independentes participaram. Os grandes partidos republicanos tradicionais – Democrático, Evolucionista e Unionista – recusaram-se a participar na eleição, para a deslegitimar.

Desse modo, com exceção de Sidónio Pais (eleito diretamente, em 1918, depois de ter instituído um regime presidencialista em Portugal, na sequência da revolução de dezembro de 1917) e de Teófilo Braga (nomeado pelos seus correligionários para o cargo, na sequência da revolução republicana de 5 de outubro de 1910), os restantes presidentes sujeitaram-se a eleições no seio do Congresso e tiveram a oposição de outros candidatos. Mas sendo os eleitores constituídos somente pelos deputados e senadores, que se reuniam em sessão conjunta, as “campanhas eleitorais”, na verdade, resumiam-se, essencialmente, a negociações e confrontações políticas parlamentares. Só a imprensa, que durante a I República teve uma força considerável na sociedade portuguesa (Matos, 2014), dava alguma visibilidade pública às eleições. De realçar que – com a exceção já destacadas de Teófilo Braga, no primeiro mandato, e Sidónio Pais – os candidatos se autopropunham à eleição no Parlamento, pelo que era comum haver vários candidatos de um único partido, o que aconteceu, em especial, nas eleições de 1911.

¹ Grosso modo, o voto era circunscrito aos indivíduos do sexo masculino, maiores de idade, alfabetizados e chefes de família. Todavia, excluindo a eleição de Sidónio Pais, as eleições para a Presidência da República Portuguesa, durante a I República, foram realizadas indiretamente no Parlamento, pelos deputados. Os votantes elegiam deputados e eram estes, por sua vez, que elegiam o Presidente da República.

Quadro 1: Presidentes e atos eleitorais na I República.

Presidente	Eleição	Mandato	Opositores na eleição
Teófilo Braga (PRP) [1843-1924]	[Indicado provisoriamente para o cargo pelos correligionários, na sequência da revolução republicana.]	5 de outubro de 1910 a 24 de agosto de 1911	[Presidente do Governo Provisório da República Portuguesa na sequência do golpe de Estado. Sem opositores.]
Manuel de Arriaga (PRP) [1840-1917]	24 de agosto de 1911	24 de agosto de 1911 (eleição) a 29 de maio de 1915 (demite-se na sequência da revolta de 14 de maio de 1915 presidencial de Pimenta de Castro, a três meses de finalizar o mandato).	Bernardino Machado (Partido Republicano Português - PRP), Duarte Leite (Independente), Sebastião de Magalhães Lima (Partido Republicano Português), Augusto Alves da Veiga (Partido Republicano Português).
Teófilo Braga (2.º mandato) (PRP) [1843-1924]	29 de maio de 1915	29 de maio de 1915 (eleição) a 5 de outubro de 1915. Termina o mandato de Manuel de Arriaga.	Duarte Leite (Independente)
Bernardino Machado (PRP) [1851-1944]	6 de agosto de 1915	6 de agosto de 1915 (eleição) a 12 de dezembro de 1917 (derrubado pelo golpe de Estado liderado por Sidónio Pais).	António Correia Barreto (Partido Democrático)
Sidónio Pais (Partido Nacional Republicano) [1872-1918]	[Presidente automeado na sequência do golpe de Estado de 27 de dezembro de 1917.] 9 de maio de 1918	27 de dezembro de 1917 a 9 de maio de 1918 (presidente interino na sequência de golpe de Estado). 28 de abril de 1918 (eleição, de acordo com o Decreto n.º 3997, de 30 de março de 1918, que integrava um conjunto de legislação conhecida por "Constituição de 1918"). 9 de maio de 1918 a 14 de dezembro de 1918 (mandato interrompido pelo seu assassinato).	[Sufrágio direto - candidato único]
João do Canto e Castro (Partido Nacional Republicano) [1862-1934]	16 de dezembro de 1918	16 de dezembro de 1918 (eleição) a 5 de outubro de 1919. Retoma da Constituição de 1911. Termina o mandato de Bernardino Machado iniciado em 1915.	Tomás Garcia Rosado (Independente), Basílio Teles (Partido Democrático), José Relvas (Partido Democrático).
António José de Almeida (Partido Evolucionista, redenominado Partido Liberal Republicano) [1866-1929]	6 de agosto de 1919	6 de agosto de 1919 (eleição) 5 de outubro de 1919 a 5 de outubro de 1923	Manuel Teixeira Gomes (Partido Democrático)
Manuel Teixeira Gomes (Partido Democrático) [1860-1941]	6 de agosto de 1923	6 de agosto de 1923 (eleição) 5 de outubro de 1923 a 11 de dezembro de 1925 (renuncia ao mandato)	Bernardino Machado (Partido Democrático)
Bernardino Machado (2.º mandato) (Partido Democrático) [1851-1944]	11 de dezembro de 1925	11 de dezembro de 1925 (eleição) a 31 de maio de 1926. Eleito para terminar o mandato de Manuel Teixeira Gomes, é derrubado pelo golpe de Estado de 28 de maio de 1926, na sequência do qual se imporá a Ditadura, sucedida, a partir de 1933, pelo Estado Novo (II República).	Duarte Leite (Independente), António Maria de Bettencourt Rodrigues (Partido Evolucionista/Liberal Republicano)

Fonte:elaboração própria

Nos termos da Constituição de 1911, eram elegíveis para o cargo de Presidente da República, os indivíduos maiores de 35 anos no pleno gozo dos seus direitos civis e políticos. Podiam ser realizadas até três votações para a escolha do chefe de Estado. Para haver um vencedor, era necessária uma maioria de dois terços nos dois primeiros escrutínios. Na terceira votação, a vitória era concedida por maioria simples.

A eleição indireta do Presidente da República afastava os perigos do presidencialismo², mas, em contraponto, esvaziava significativamente o cargo de poderes. Os presidentes da República, no âmbito da ordem constitucional de 1911, não tinham, por exemplo, poderes de veto sobre a legislação emanada do Congresso nem podiam dissolver as suas duas câmaras – Senado e Câmara dos Deputados. Essencialmente, os presidentes exerciam a representação máxima do Estado e tinham alguma influência arbitral. Mas na sequência da eleição de António José de Almeida, em 1919, a Constituição foi revista para dar ao Presidente da República o poder de dissolução do Parlamento, ouvido um Conselho Parlamentar criado para o efeito. O esvaziamento dos poderes presidenciais poderá ter sido uma das razões que concorreram para a alta instabilidade política durante a I República. Somente um Presidente, António José de Almeida, exerceu os quatro anos de mandato.

Metodologia e referencial teórico-metodológico

Para se atingirem os objetivos propostos e testar a hipótese enunciada, a investigação combinou uma abordagem simultaneamente quantitativa e qualitativa do discurso verbal e iconográfico da revista *Ilustração Portuguesa* sobre as eleições presidenciais da I República, articulando, conforme recomendam Tashakkori & Teddlie (2010), a deteção, recolha e a análise dos dados tendo sempre por referente contextual a conjuntura histórica de cada momento eleitoral, pois o contexto, conforme Jakobson (1960) teorizou, permite que uma mensagem ganhe sentido (função referencial da linguagem). Para a deteção e recolha de dados, procedeu-se à leitura integral dos dois números anteriores e dos dois números posteriores³ às datas de cada eleição presidencial. A partir dessa leitura, identificaram-se e recolheram-se as peças e os exemplos discursivos, incluindo sequências discursivas verbais e exemplos iconográficos, suscetíveis de exemplificar as várias *nuances* da cobertura das eleições e a maneira como esta cobertura evoluiu. Registe-se que apenas se integraram no *corpus* as peças que têm por tema as eleições. Não se incluíram, por exemplo, matérias sobre as primeiras ações do Presidente (por exemplo, para formar um Governo ou, no caso de Manuel de Arriaga, para presidir a um desfile militar no dia 25 de agosto de 1911), nem matérias sobre a situação política do País, após as eleições.

Para a vertente quantitativa do estudo, que classicamente se designa por “análise de conteúdo”, todos os casos foram contabilizados, não havendo, portanto, lugar a amostragem. Procedeu-se primeiro a uma observação e apreciação sistemática prévia de todos os conteúdos sobre as eleições presidenciais identificados nos números consultados para que a codificação de categorias para quantificação dos discursos verbal e iconográfico traduzisse, de antemão, a variedade discursiva encontrada. Após esse exame sistemático, agruparam-se as matérias sobre as eleições em categorias definidas *a priori* em função dos temas, para posterior sistematização dos resultados, interpretados segundo o que se conhece do contexto

² Com a exceção já referida da imposição de um regime presidencialista por Sidónio Pais, que vigorou entre o fim de 2017 e o fim de 2018.

³ Com exceção da eleição de dezembro de 1918, na sequência do assassinato de Sidónio Pais. A eleição do Presidente ocorreu apenas dois dias depois do homicídio.

histórico da época, tal como postulam Wimmer & Dominick (1996, pp. 174-191) e Sousa (2006, p. 345). Esses procedimentos corresponderam à fase de codificação de categorias e categorização dos dados por categorias (Wimmer & Dominick, 1996).

A inventariação dos temas de acordo com a sua saliência no discurso mediático, permitida pela análise quantitativa do discurso, ou análise de conteúdo, encontra razão de ser na conexão que pode estabelecer-se entre a agenda mediática e a agenda pública. Pressupõe-se que a imprensa, ao cobrir determinados assuntos, com determinada saliência, em detrimento de outros, tem a capacidade de contribuir para a definição da agenda pública, nomeadamente quando também há fenómenos de acumulação ao longo do tempo e consonância temática entre os meios jornalísticos, conforme defenderam McCombs & Shaw (1972). Na época da I República a imprensa tinha, relembre-se, impacto na sociedade e na política em Portugal, já que, consumida pela generalidade dos indivíduos do sexo masculino, alfabetizados e com salários ou outros rendimentos regulares, incluindo operários, caixeiros e profissionais liberais, sobretudo no meio urbano, onde já se concentrava metade da população portuguesa, era a grande fonte de propagação e discussão pública de ideias e políticas (Matos, 2014)⁴.

Para a vertente qualitativa da investigação, construiu-se uma amostra não probabilística, mas sistemática de casos notáveis, entendidos como sendo representativos da diversidade de situações identificadas, conforme aconselham Wimmer & Dominick (1996, pp. 174-191). Nesse processo, ambicionou-se detetar “as estruturas de significado coerentes” (Scheufele, 2008, p. 967) e os “padrões de significado” (Scheufele, 2008, p. 969), ou enquadramentos, que emanam das matérias sobre as eleições presidenciais, na I República. O material assim reunido constituiu o *corpus* para a análise qualitativa dos dados.

Em concreto, procedeu-se à identificação, levantamento e coleta das sequências discursivas e dos exemplos iconográficos que mais nitidamente pudessem traduzir os enquadramentos sugeridos para as eleições presidenciais durante a I República. O que se sabe sobre o contexto da época foi a referência, pois a imprensa, podendo concorrer para definir temas para a agenda pública, também pode cooperar para estabelecer, num segundo nível, os enquadramentos, ou atributos, propostos para um determinado enunciado, conforme Gitlin (1980) se apercebeu logo na alvorada dos anos 1980 e McCombs & Shaw (1993: 58-67), precursores que a teoria do agendamento teoriza. Foram, na verdade, ao encontro do que Lippmann (1922), contemporâneo dos eventos aqui estudados, tinha intuído muitos anos antes, quando sugeriu que os média concorrem para a definição das imagens que as pessoas constroem da realidade e tomam pela realidade (“pseudo-ambiente”), necessariamente enviesadas do real, mas essenciais para o “fabrico do consentimento” sem o qual o governo seria impossível.

Gamson & Modigliani (1987, p. 143) explicaram que um enquadramento é uma ideia organizadora que brota de um discurso, ou de uma parte de um discurso, conferindo-lhe um significado particular. Basear a análise qualitativa da cobertura das eleições presidenciais durante a I República na proposta teórica do enquadramento, supõe, desde logo, que o enunciador jornalístico enquadra os temas dos quais trata discursivamente em função da sua cultura e da sua ideologia, entendida esta como o conjunto de conhecimentos, valores e ideias por meio das quais o enunciador interpreta inteligivelmente o mundo, age sobre ele e o comunica de forma compreensível (Barker & Galasinski, 2001, p. 66; Hartley, 2002, p. 103).

⁴ A pulverização mediática, as redes sociais, as inúmeras possibilidades de escolha entre meios e conteúdos têm contribuído, hoje em dia, para a erosão do poder mediático de agendamento. Mas na I República, os média tinham, como conta Matos (2014), um enorme impacto social, nomeadamente entre os indivíduos do sexo masculino alfabetizados e urbanos que alicerçavam o “espaço público”.

Resultados e discussão

A análise do discurso escrito

Contabilizaram-se 26 peças relativas à cobertura das eleições presidenciais, entre 1911 e 1923, distribuídas, por eleição, de acordo com a tabela 1. O número de peças e de páginas ocupadas permitem concluir que, em termos de saliência temática, a primeira eleição presidencial foi a que mais atenção suscitou – decerto pela novidade e pelas negociações políticas prévias que exigiram. Pensando nas relações entre saliência temática e agenda pública e ainda nos fenómenos de acumulação e consonância, as eleições presidenciais de 1911 terão sido as que tiveram mais repercussão na agenda pública. Depois disso, o comportamento da revista *Ilustração Portuguesa* foi algo inconstante, refletindo, talvez, a influência da evolução da conjuntura na dicotomia interesse/desinteresse público e jornalístico pelo que ocorria no campo político.

Tabela 1: Peças da *Ilustração Portuguesa* alusivas às eleições presidenciais na I República.

	Eleições						
	1911	1915 (1. ^a)	1915 (2. ^a)	1918 (1. ^a)	1918 (2. ^a)	1919	1923
N.º de peças	8	4	1	3	1	4	5
N.º de páginas	30	4	4	8	1	5	14

Fonte: elaboração própria.

É de realçar que as eleições presidenciais se tornaram rotineiras, perdendo o carácter de curiosidade, mesmo que fossem sempre acontecimentos com notável noticiabilidade.

As eleições presidenciais diretas de 1918, promovidas pelo regime sidonista, presidencialista e centrado na figura do chefe de Estado, mereceram da revista a publicação de três peças ao longo de oito páginas, sinal da importância com que foram enquadradas e do culto de personalidade que envolvia Sidónio. A *Ilustração Portuguesa*, nessas eleições, como veremos adiante, contribuiu para exaltar visual e verbalmente a figura do militar esguio que Fernando Pessoa, seu admirador, alcunhou de “Presidente-Rei”. É possível que os jornalistas redatores repórteres fotográficos – incluindo Benoliel – se tenham deixado seduzir pela figura messiânica desse militar estoico e sempre aprumado que, inesperadamente, tinha revolucionado a política portuguesa.

As segundas eleições de 1915 e de 1918 foram as que tiveram menos repercussão. Apesar de a segunda de 1915 ter merecido quatro páginas de cobertura - centradas no elogio biográfico de Bernardino Machado - na linha das eleições de 1915, 1919 e 1923, nas segundas eleições de 1918, a cobertura breve de somente uma página aconteceu, talvez, pelo seu carácter imprevisto e com fim pré-determinado para uns meses depois. As eleições de 1923 tiveram cinco matérias, mas catorze páginas dedicadas. Mais do que o interesse conjuntural, essa ocorrência terá resultado do facto de ter havido duas situações que exigiram cobertura: a chegada de Manuel Teixeira Gomes de Londres e o ato eleitoral, a 6 de agosto de 1923; e a tomada de posse e cerimónias protocolares, a 5 de outubro de 1923. Ou seja, houve uma duplicação das situações que, pela sua notabilidade e valor noticioso, exigiam uma cobertura mais extensa.

Tabela 2. Matérias por género jornalístico – *Ilustração Portuguesa*.

Género jornalístico	N.º
Biografias	1
Reportagens fotográficas	12
Fotolegendas	2
Notícias ilustradas	9
Crónicas ou excertos de crónicas	1
Elogios	1
Total	26

Fonte: elaboração própria

Os dados da tabela 2 são consonantes com o que se esperaria do comportamento editorial da *Ilustração Portuguesa*. A revista tinha um “contrato de leitura” não escrito com o seu público que se expressava, principalmente, ao nível da expressão informativa iconográfica. A revista era comprada e lida, mas também vista. O seu carácter distintivo assentava no relevo concedido à dimensão iconográfica da informação. Justifica-se, em consequência, que 14 das 26 peças assentem em informação fotográfica (reportagens fotográficas e fotolegendas) e que mais nove combinem texto verbal e texto visual (notícias ilustradas). Acrescente-se, em abono da tese, que a biografia, peça necessária para apresentar o chefe de Estado à população, dotando-o de uma *história de vida*, também continha uma dose de informação iconográfica, tal como o elogio.

O quadro 2, a ler em conjunto com a tabela 2, resume as matérias encontradas na *Ilustração Portuguesa* referentes às eleições presidenciais na I República, indicando, ainda, a data em que foram publicadas, o género em que foram categorizados e o título.

Quadro 2: Peças do *corpus* – *Ilustração Portuguesa*.

Data	Género	Peça
14 de agosto de 1911	Biografia	A ascendência de um candidato à Presidência da República: Os Arriaga (pp. 218-223) Genealogia biográfica dos ascendentes de Manuel de Arriaga.
14 de agosto de 1911	Reportagem fotográfica	O discurso do Dr. Bernardino Machado no Porto (p. 224) Reportagem sobre uma sessão de esclarecimento, no Porto, com a presença de Bernardino Machado, um dos candidatos à Presidência da República.
21 de agosto de 1911	Reportagem fotográfica	A eleição do Presidente da República. A reunião do Centro de S. Carlos contra a elegibilidade dos membros do Governo Provisório (pp. 237-241)
21 de agosto de 1911	Reportagem fotográfica	A eleição do Presidente da República. A reunião do Clube Nacional a favor da elegibilidade dos membros do Governo Provisório (pp. 242-246)
21 de agosto de 1911	Reportagem fotográfica	A questão presidencial. A reunião conciliadora (pp. 247-248) Reportagem fotográfica sobre uma reunião de conciliação entre os parlamentares pela e contra a elegibilidade de membros do Governo Provisório para a Presidência da República.
28 de agosto de 1911	Fotolegenda	Fotolegenda dando conta da eleição de Manuel de Arriaga como Presidente da República (capa).
28 de agosto de 1911	Notícia ilustrada	Os candidatos à Presidência no dia 21 (p. 249) Apresentação dos candidatos à Presidência da República.
4 de setembro de 1911	Reportagem fotográfica	O Presidente da República Portuguesa (pp. 292-299) Reportagem fotográfica sobre as ações dos candidatos e seus apoiantes antes das eleições, a eleição, o juramento da

		Constituição e a tomada de posse de Manuel de Arriaga como Presidente da República.
7 de junho de 1915	Crónica	Teófilo Braga (p. 705) Excerto de crónica sobre a renúncia de Manuel de Arriaga e a tomada de posse de Teófilo Braga como Presidente da República.
7 de junho de 1915	Notícia ilustrada	O Sr. Dr. Manuel de Arriaga, 1.º Presidente da República Portuguesa (p. 710) Notícia sobre a renúncia de Manuel de Arriaga à Presidência da República.
7 de junho de 1915	Notícia ilustrada	O Sr. Dr. Teófilo Braga, 2.º Presidente da República Portuguesa (p. 711) Fotolegenda comentada sobre a eleição de Teófilo Braga.
7 de junho de 1915	Reportagem fotográfica	A eleição do novo Presidente da República (p. 733) Fotorreportagem sobre a eleição de Teófilo Braga.
16 de agosto de 1915	Elogio	O novo Presidente da República (pp. 217-220) Elogio biográfico ao novo Presidente da República, Bernardino Machado.
6 de maio de 1918	Reportagem fotográfica	As eleições em Lisboa (p. 356) Reportagem fotográfica sobre as eleições presidenciais diretas, focadas em Sidónio Pais.
13 de maio de 1918	Notícia ilustrada	O Sr. Dr. Sidónio Pais, 3.º Presidente da República Portuguesa (p. 361) Notícia ilustrada da vitória eleitoral de Sidónio Pais.
20 de maio de 1918	Reportagem fotográfica	A proclamação do Sr. Presidente da República (pp. 581-586) Fotorreportagem da cerimónia de proclamação de Sidónio Pais como Presidente da República.
23 de dezembro de 1918	Notícia ilustrada	O novo chefe do Estado (p. 505) Notícia ilustrada e comentada sobre a eleição de Canto e Castro para a Presidência da República.
18 de agosto de 1919	Notícia ilustrada	O prestigioso caudilho republicano Sr. Dr. António José de Almeida, Presidente eleito da República Portuguesa (p. 121) Notícia ilustrada e comentada sobre a eleição de António José de Almeida para a presidência da República.
18 de agosto de 1919	Notícia ilustrada	A história sessão do Congresso da República em que se realizou a eleição presidencial (p. 122) Notícia ilustrada sobre a eleição do Presidente António José de Almeida.
18 de agosto de 1919	Notícia ilustrada	Os dois Presidentes (p. 123) Notícia ilustrada sobre a reunião entre Canto e Castro e António José de Almeida.
13 de outubro de 1919	Reportagem fotográfica	A posse do novo Presidente. O 5 de outubro (pp. 294-295) Reportagem fotográfica sobre a tomada de posse do Presidente António José de Almeida.
4 de agosto de 1923	Fotolegenda	Dr. Duarte Leite (p. 155) Fotolegenda sobre a indigitação de Duarte Leite como candidato à Presidência da República.
11 de agosto de 1923	Notícia ilustrada	O novo Presidente da República (p. 185) Notícia ilustrada, biográfica e elogiosa, sobre a eleição de Manuel Teixeira Gomes como Presidente da República.
11 de agosto de 1923	Reportagem fotográfica	A eleição presidencial (p. 187) Reportagem fotográfica sobre as eleições presidenciais.
6 de outubro de 1923	Reportagem fotográfica	A sucessão presidencial (pp. 441-445) Fotorreportagem de Diniz Salgado sobre a chegada a Lisboa do Presidente eleito Manuel Teixeira Gomes.
13 de outubro de 1923	Reportagem fotográfica	A sucessão presidencial (pp. 473-478) Fotorreportagem de Diniz Salgado sobre a sucessão presidencial, incidindo no juramento, tomada de posse e cortejo até ao palácio de Belém.

Fonte: elaboração própria

Passando a uma descrição global e analítica das peças recolhidas e referenciadas global e resumidamente no quadro 2, pode verificar-se que a *Ilustração Portuguesa* traz três peças sobre as primeiras eleições para Presidente da República.

Na primeira dessas eleições, a 14 de agosto de 1911, poucos dias antes da eleição propriamente dita, publica duas peças temáticas relacionadas ao assunto. A revista antecipa-se nos resultados das eleições presidenciais e, na primeira peça, publica uma longa descrição elogiosa sobre a história da família do candidato Manuel de Arriaga. Ao longo de seis páginas, a revista faz um esboço pormenorizado dos Arriaga a começar em 22 de março de 1776 até chegar em Manuel de Arriaga, o atual chefe da família, considerado pela revista “um dos mais eminentes vultos da república”. O objetivo seria mostrar aos seus leitores, a nobreza familiar do homem que iria, possivelmente, comandar o país nos próximos anos, a mostrar que, mesmo mudando o regime de Governo, Portugal continuaria nas mãos de famílias com grande prestígio e tradição histórica.

Sem nada de negativo a apresentar, a matéria descreve a trajetória notável, heroica e aristocrática dos Arriaga. Ao longo de vários séculos, membros da família lutaram contra as invasões romanas, ocuparam cargos importantes na diplomacia portuguesa, onde se destaca os grandes feitos de João de Arriaga, desembargador da Relação de Goa. Segundo a revista, dotado de bravura e de atos de filantropia, João de Arriaga era um “pequeno rei” naquele local. Seria este um dos ascendentes do primeiro Presidente da República Portuguesa: “o tribuno ilustre e simpático que todos nós conhecemos é o dr. Manuel de Arriaga – o santo da democracia!” (*Ilustração Portuguesa*, 14 de agosto de 1911, p. 222). Como podemos observar com base nesta matéria, a *Ilustração Portuguesa* não é imparcial e, em forma de pergunta, parece fazer um apelo em prol de Manuel de Arriaga: “Quem sabe se uma solução para a política portuguesa será confiar-se a presidência da nova República a este descendente de reis?” (*Ilustração Portuguesa*, 14 de agosto de 1911, p. 224).

Nesse mesmo número, de 14 de agosto de 1911, é dedicada uma página a um outro grande nome da política da I República e também candidato a primeiro Presidente da República, Bernardino Machado, que viria a ocupar a cadeira de Presidente da República por duas vezes, como veremos mais à frente. Como ministro dos Negócios Estrangeiros, Bernardino Machado proferiu um discurso que a revista aborda ao destacar questões de ordem política como as eleições para a Assembleia Nacional Constituinte que tiveram lugar a 28 de maio de 1911; o direito à greve e a abolição ao imposto de consumo; assim como detalhes relacionados à eleição presidencial. O embate com a igreja católica, uma sensível temática na sociedade portuguesa da época, é tratado do ponto de vista republicano e sem direito ao contraditório: “a proposta de certos padres que acusam os republicanos de falta de religião [Bernardino Machado] respondeu com declaração de que no partido triunfante há a religião do auxílio e do bem” (*Ilustração Portuguesa*, 14 de agosto de 1911, p. 224). A partir do seu discurso, podemos concluir que a *Ilustração Portuguesa* é uma revista de cariz republicano fazendo, inclusive, críticas diretas à monarquia: “o dr. Bernardino Machado, falando do rei de Portugal, disse que há pouco ele confessara não ter pátria e com a sua falta ao enterra de D. Maria Pia demonstrou não ter família” (*Ilustração Portuguesa*, 14 de agosto de 1911, p. 224). Assim, ao comentar sem ressalvas ou críticas o discurso de Bernardino Machado, a revista coloca-se em total alinhamento com os republicanos e aqueles que ocupavam os cargos de poder naquele momento.

Já eleito, Manuel de Arriaga é o tema principal da edição do dia 4 de setembro de 1911. Neste primeiro número a seguir às eleições, o periódico faz um balanço geral e começa por destacar o valor-notícia do acontecimento que mereceu a atenção de toda a sociedade, “um caso sensacional para a vida portuguesa.

Não se fala noutra coisa. (...) Bernardino Machado ou Manuel d'Arriaga?" (*Ilustração Portuguesa*, 4 de setembro de 1911, p. 294). Sendo uma característica dos meios de comunicação da época, quando o imediatismo não era uma preocupação, esta peça não se trata de uma notícia com instantaneidade, muito pelo contrário, a eleição já estava definida há mais de uma semana. A *Ilustração Portuguesa* aborda o assunto de modo cronológico com o objetivo de informar os seus leitores ao pormenor, como se estivessem eles próprios a assistirem à votação na Assembleia da República: "As galerias da câmara encheram-se; as tribunas reservadas do mesmo modo ficaram repletas e a ansiedade pelos resultados comunicava-se nas palavras, nos olhares, notava-se na atenção com que se seguia a eleição" (*Ilustração Portuguesa*, 4 de setembro de 1911, p. 294). Outros instantes marcantes são também elencados como: o momento quando o novo chefe de Estado é saudado pelo povo nas ruas; quando os navios de guerra içavam as bandeiras; o hino nacional que se ouvia nas ruas; e o automóvel cercado de pessoas que levava o presidente até o Palácio de Belém.

A chegada de Manuel de Arriaga ao cargo de Presidente da República foi ricamente retratada pela *Ilustração Portuguesa*, no entanto, a sua saída receberia uma atenção bastante mais discreta. A ocupar um quarto de uma página, na secção *Cronica* de sete de junho de 1915, a revista dá conta que um "inevitável ato revolucionário" teria trazido como consequência a renúncia de Arriaga, três meses antes de terminar o seu mandato. Quem o substituiria seria Teófilo Braga. A *Ilustração Portuguesa* noticia o facto e reduz-se a poucas palavras elogiosas a Teófilo Braga, eleito para terminar o mandato do seu antecessor. A revista faz referência às disputas de poder ao avisar Teófilo Braga que teria de enfrentar "o embate violento e a violenta pressão das paixões políticas do seu tempo" (*Ilustração Portuguesa*, 6 de junho de 1915, p. 705), mas a mudança de Presidente não é detalhada pela revista que se limita a informar sucintamente seus leitores. Nada é dito sobre os motivos ou os fortes conflitos que assolavam a I República portuguesa que, desde o início do Governo Provisório, viu aparecer conspirações monárquicas e importantes rivalidades entre os Republicanos.

Teófilo Braga completa o mandato de Manuel de Arriaga e fica na cadeira de Presidente da República por pouco tempo até ser assumida por Bernardino Machado. Como podemos constatar com base na tabela 4, a eleição propriamente dita de Bernardino Machado ao cargo de Presidente da República não recebe cobertura da *Ilustração Portuguesa*. Não há referências sobre a votação no Parlamento e a sua eleição, tampouco a saudação aos cidadãos na rua. O que se verifica é uma peça publicada a 16 de agosto de 1915, dez dias após a eleição, intitulada "O novo Presidente da República", onde a revista traça uma longa biografia do candidato eleito. Bernardino Machado permanece até 12 de dezembro de 1917, quando foi derrubado pelo golpe de Estado liderado por Sidónio Pais. Foi durante o seu mandato que Portugal se envolveu ativamente na Primeira Guerra Mundial, pois até 1916 manteve uma posição de "neutralidade colaborante" com os britânicos. A ação portuguesa na guerra agravou as dificuldades económicas e financeiras que o país já enfrentava, intensificando também os divergentes posicionamentos políticos que agitavam a I República. Como já foi mencionado, o interesse da *Ilustração Portuguesa* pelas eleições presidenciais diminuiu ao longo do tempo. Assim, com o "valor-notícia" das eleições a diminuir e com a atenção da imprensa voltada, em grande medida, para a guerra, a importância da cobertura das eleições presidenciais tornou-se menos notável. A eleição de Sidónio Pais repercutida a 6 e 13 de maio de 1918 é um exemplo, com a revista a dedicar somente uma página ao acontecimento. Sidónio Pais foi o único candidato sendo eleito por sufrágio direto e universal (a eleição acontece a seguir a um período quando foi presidente interino, na sequência de golpe de Estado). Sidónio Pais comandou o golpe e concentrou nas suas mãos todos os poderes,

Bernardino Machado foi obrigado a abandonar o país, o Congresso dissolvido e a Constituição alterada para presidencialismo. Iniciou-se, deste momento em diante, o período conhecido como República Nova (Proença, 2015).

A *Ilustração Portuguesa* afirma que o ato eleitoral de Sidónio Pais aconteceu “com a maior serenidade”, que houvera um “relativo interesse”, mas que até mesmo o magnífico “dia que esteve” distraiu as pessoas e afastou para os arredores os poucos afeiçoados à política (*Ilustração Portuguesa*, 6 de maio de 1918, p. 356). O relato que se segue é meramente descritivo com predominância da imagem sobre o texto e, apesar de a abordagem continuar lisonjeira para o eleito, a riqueza de detalhes que vimos em eleições passadas desaparece totalmente. A revista quase que justifica o facto de não dedicar muito espaço à cobertura dessas eleições porque também a sociedade portuguesa não estava muito interessada no assunto. Isso seria um reflexo do momento histórico e social em que Portugal se encontrava, ou seja, uma eleição onde não houve concorrente, precedida de um golpe de Estado, um ato quase protocolar para oficializar Sidónio Pais num cargo que já ocupava. Ainda não se sabia, mas Sidónio Pais não completaria o seu mandato, que seria interrompido pelo seu assassinato. A esse encadeamento de atos traumáticos que a jovem República portuguesa vivenciava, somava-se a agitação social e a desilusão com a esperança de que o novo sistema de Governo mudaria Portugal para melhor.

A 16 de dezembro de 1918, João de Canto e Castro foi eleito Presidente da República pelas duas câmaras do Congresso, o que significa o fim do sistema presidencialismo e o retorno ao parlamentarismo. A *Ilustração Portuguesa* repercutiu o facto na mesma edição que tratou do assassinato de Sidónio Pais. Sobre este último acontecimento, a revista dedica cinco páginas e começa por referir que “ao desabar sobre o país, como uma descarga fulminante, a notícia do monstruoso assassinato de sr. dr. Sidónio Pais” (*Ilustração Portuguesa*, 23 de dezembro de 1918, p. 500).

Na eleição seguinte, a de António José de Almeida, por sua vez, a revista faz uma cobertura noticiosa mais extensiva. Com quatro peças publicadas (três no dia 18 de agosto de 1919, referentes à eleição; e a quarta a 13 de outubro do mesmo ano, aquando da tomada de posse), a revista cobre quatro diferentes abordagens. A primeira delas é o tradicional elogio às qualidades pessoais e políticas do candidato eleito: “é dos republicanos portugueses um dos que gozam de mais merecida popularidade e de maior prestígio, pela nobreza do seu caráter ímpoluto, pelo fulgor da sua eloquência (...) e pela dedicação incomparável a causa republicana” (*Ilustração Portuguesa*, 18 de agosto de 1919, p. 121); a segunda corresponde a uma descrição sucinta sobre os candidatos, como ocorrera o ato eleitoral - que teria sido “cheio de interesse” - e a tradicional ovação ao candidato eleito; na próxima, António José de Almeida foi visitar Canto e Castro, o que implicaria a cordialidade e a transição pacífica da Presidência da República. Essa mesma ideia de cortesia entre os presidentes eleito e em exercício pode ser identificada na última matéria, correspondente a uma reportagem fotográfica do dia de tomada de posse: “As nossas fotografias dão o presidente sr. Canto e Castro deixando o palácio de Belém, onde exerceu desde dezembro de 1918 até 5 de outubro o cargo mais elevado da república” (*Ilustração Portuguesa*, 13 de outubro de 1919, p. 294).

A última eleição que ocorreu na I República e que aparece nas páginas da *Ilustração Portuguesa* é a de Manuel Teixeira Gomes, eleito a 26 de agosto de 1923. A cobertura é discreta e, como se viu nos eventos passados, as palavras são dedicadas a elogiar o percurso de vida do novo Presidente da República e a fazer uma breve introdução biográfica para que seus leitores pudessem conhecer melhor o homem que iria ocupar um cargo de tamanha importância:

O novo chefe do Estado Português nasceu em 27 de maio de 1862, em Vila Nova de Portimão, dedicou-se desde muito moço às viagens e às belas-letras (...), manifestou-se sempre administrador diligente e inteligente (...). Quando foi implantada a República, foi nomeado nosso ministro em Londres, cargo em que tem demonstrado competência e brilho, de supor em quem a uma profunda cultura intelectual alia a mais primorosa cultura social (*Ilustração Portuguesa*, 11 de agosto de 1923, p. 185).

A *Ilustração Portuguesa* deseja boa sorte a Teixeira Gomes e faz “votos para que o seu período presidencial decorra nas mais invejáveis condições de felicidade e prosperidade” (*Ilustração Portuguesa*, 11 de agosto de 1923, p. 185). Certamente o novo presidente precisaria de todo o fortúnio para completar o seu mandato, pois no curto período de vida da I República muito se tinha visto: conflitos ideológicos e partidários, um golpe de Estado, o assassinato de um presidente, uma guerra mundial e com a maioria da população do país a tentar subsistir. Mesmo que a partir de 1923 Portugal tivesse registado uma melhoria na situação económica, a I República já estava condenada.

A análise do discurso iconográfico

A *Ilustração Portuguesa* foi uma revista informativa generalista ilustrada que, na sua segunda série, que coincide temporalmente com a I República, privilegiava um discurso visual iconográfico em que sobressaem as fotografias (Sousa, 2017). O discurso da publicação sobre as eleições presidenciais na I República não foi exceção, tendo a revista publicado 174 imagens fotográficas sobre o tema. A tabela 3 reparte-as por categorias.

Tabela 3: Fotografias por tema – revista *Ilustração Portuguesa*.

Tema central	N.º	%
Retratos presidenciais	29	17
Retratos de candidatos às eleições	8	5
Retratos de familiares do Presidente	28	16
Atividade política	60	34
Juramento da Constituição	5	3
Saudação presidencial	12	7
Cortejo presidencial	23	13
Residências do Presidente	9	5
Total	174	100

Fonte: elaboração própria

Atentando, com detalhe, nos dados disponibilizados na tabela 3, com um total de 174 fotografias inventariadas sobre sete das oito eleições presidenciais da I República, a *Ilustração Portuguesa*, na atualidade, é a principal fonte impressa para a pesquisa sobre a cobertura visual destes atos eleitorais.

É visível que, apesar de a revista ter privilegiado géneros fotográficos que traduzem *ação* em fotojornalismo, associados à ideia de *reportagem*, recorreu abundantemente, ao *retrato* (38% do total de fotografias), não apenas retratos dos candidatos (5%) e dos Presidentes em funções ou eleitos (17%), mas também, curiosamente, dos familiares dos chefes de Estado (16%), quase a mesma percentagem obtida pelos retratos presidenciais. Os retratos, embora deem estatismo à cobertura, contribuem para pessoalizar e individualizar os relatos jornalísticos, promovendo o interesse sobre as personalidades às quais o texto verbal alude e a sua identificação visual. Não é surpresa, por seu turno, que 34% das fotografias se referiram a diversos aspetos da atividade política relativa às eleições presidenciais.

Quase uma quarta parte das fotografias (23%) regista instantes das cerimónias eleitorais que, pelo seu elevado valor simbólico, atraíram a atenção dos fotojornalistas e se tornaram focos de várias coberturas – o juramento da Constituição e tomada de posse do Presidente; a saudação presidencial desde a varanda do Parlamento; e o cortejo presidencial entre o Parlamento e o palácio de Belém, residência oficial do Presidente da República Portuguesa. Desenvolveu-se, portanto, por razões que aliam a rotina profissional à necessidade de dar testemunho visual dos instantes simbólicos, algo semelhante a um *cânone* na cobertura fotojornalística das eleições presidenciais. As fotografias das “residências presidenciais” (5%), além de preencherem o espírito voyeurista e curioso do leitor, podem também ser lidas como o testemunho de que, ao contrário dos reis, os presidentes não nasceram nem viveram em palácios e, nesse sentido, são cidadãos como quaisquer outros.

A moldura gráfica que adornava a maioria das fotografias da *Ilustração Portuguesa* reflete o cuidado estético que a revista depositava em cada número, com forte presença de *Art Déco*, um dos estilos artísticos mais relevantes das primeiras duas décadas do século XX. O retrato oficial de Manuel de Arriaga, que foi publicado em várias revistas ilustradas da época, surge na capa da edição de 28 de agosto de 1911 (figura 2), com uma moldura de traços a vermelho e composta pelo brasão das armas de Portugal, que enaltece os valores da República e o forte sentido patriótico.

O *lettering* do título da figura 1 e os elementos ilustrativos que compõem a página para apresentar quem foram os principais candidatos à Presidência da República são bem representativos do *design* que proliferava pela Europa e de cujas tendências a *Ilustração Portuguesa* procurava ser fiel representante. Foi também pioneira na fotomontagem, sobrepondo imagens em página, como acontece na figura 1, recurso utilizado diversas vezes pela revista, durante a cobertura das eleições presidenciais da I República.

O nome de Joshua Benoliel era quase omnipresente nesta publicação, o que revela como a notoriedade do mais ilustre fotógrafo *freelancer* retirou visibilidade a outros fotojornalistas que exerceram funções durante este período. Joshua Benoliel deixou um espólio 60 mil clichés, sobretudo, entre 1903 e 1918, e 122 capas da revista *Ilustração Portuguesa*. Em *Uma História da Fotografia*, António Sena (1991) refere-se a Benoliel como o precursor da reportagem moderna na década de 1920. A maioria das fotografias publicadas transparece o forte sentido jornalístico de Benoliel, que aposta, sobretudo, em reportagens fotográficas e instantâneos sobre momentos políticos relevantes e escolhe composições dinâmicas - visíveis na maior parte das imagens, mesmo que fosse necessário desafiar as limitações técnicas.

Nos clichés de momentos-chave da vida política protagonizados pelo Presidente, como acontece no juramento da Constituição (figura 3), as personalidades centrais deste ato oficial encontram-se enquadradas no centro ótico da imagem que, mais uma vez, corresponde à zona que mais capta a atenção do leitor. Esta preocupação em compor a cena identifica-se em todas as fotografias que mostram o principal ou principais atores políticos. O foco na expressão de Manuel Arriaga (figura 4) contribui para a construção de uma imagem positiva do chefe de Estado e alimenta o conceito de proximidade com o povo, indo ao encontro de alguns textos ou frases favoráveis do discurso jornalístico para com o Presidente, como já foi referido.

Figura 1: Candidatos às eleições presidenciais de 1911

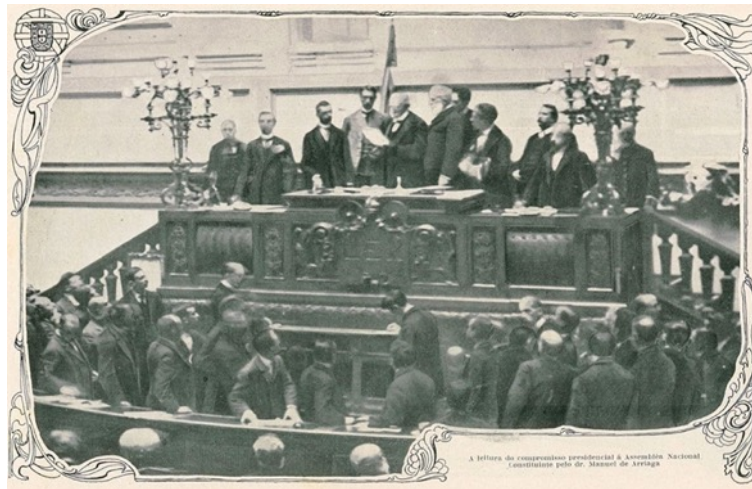


Fonte: *Ilustração Portuguesa*, n.º 288, 28 de agosto de 1911, p. 249

Figura 2: O Presidente Manuel de Arriaga na capa da *Ilustração Portuguesa*

Fonte: *Ilustração Portuguesa*, n.º 288, 28 de agosto de 1911, capa

Figura 3: Juramento da Constituição por Manuel de Arriaga



Fonte: *Ilustração Portuguesa*, n.º 288, 4 de setembro de 1911, p. 294

Créditos: Joshua Benoliel

Figura 4: Manuel de Arriaga saúda os apoiantes após a eleição



Fonte: *Ilustração Portuguesa*, n.º 288, 4 de setembro de 1911, pp. 296-297

Créditos: Joshua Benoliel

Teófilo Braga assume o protagonismo da cena política e a câmara de Joshua Benoliel aproxima-se da ação, mostrando a expressão do novo Presidente a saudar os apoiantes, a partir da varanda do Parlamento, num enquadramento de plano próximo. A ideia de que é necessário estar mais em cima do acontecimento para ter uma fotografia com maior impacto visual e que acabou por se tornar a regra do ato fotográfico do jornalismo moderno tornava-se mais notória na seleção de enquadramentos publicados.

A iconografia de Sidónio Pais construída pela *Ilustração Portuguesa* – e quase toda a imprensa nacional – corresponde ao culto da personalidade militarista, apresentando-o como um oficial do Exército sério, trabalhador e esforçado – imagem simbolicamente trabalhada pela farda que ostenta nos retratos e registo dos momentos oficiais. Mais uma vez, a câmara de Joshua Benoliel segue o novo Presidente e transforma-o, graças à composição certa, no ponto central da ação. Na figura 5, o repórter regista a sua postura determinada em direção à mesa de voto, rodeado de oficiais e populares, pose que mantém já sentado no automóvel que o traz de regresso, após ter exercido direito de voto (figura 6).

Na extensa reportagem de cobertura da proclamação de Sidónio Pais como Presidente (figuras 7), o fotógrafo documenta o acontecimento com enquadramentos e ângulos que destacam a imponência do novo chefe de Estado. Ao recorrer a perspetivas acima ou abaixo da linha do olhar, como sejam ângulos contrapicados e picados das diversas situações da cerimónia, o repórter evidencia a grandeza do acontecimento e, por outro lado, a submissão ou forte adesão popular, contribuindo para criar no público, a ideia de que Sidónio Pais é o “salvador da Pátria”. Apesar do clima de conflito em que terminou o Sidonismo, nenhum dos quatro chefes de Estado que lhe sucederam, durante a I República, mereceu tanto entusiasmo popular e atenção da imprensa. A própria fotografia tornou-se mais formalista. O retrato oficial do Presidente João Canto e Castro (figura 8) perpetua a mesma imagem militarista de Sidónio Pais.

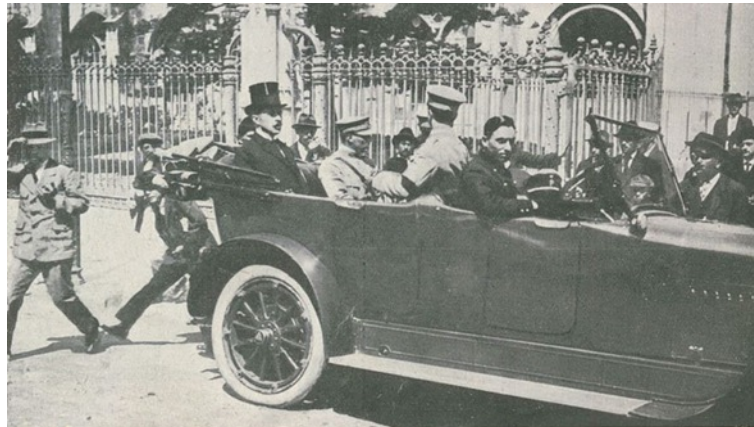
Figura 5: O Presidente Sidónio Pais dirige-se para a mesa de voto



Fonte: *Ilustração Portuguesa*, n.º 637, 6 de maio de 1918, p. 356

Créditos: Joshua Benoliel

Figura 6: O Presidente Sidónio Pais regressa ao palácio de Belém depois de ter votado



Fonte: *Ilustração Portuguesa*, n.º 637, 6 de maio de 1918, p. 356

Créditos: Joshua Benoliel

Figura 7: Proclamação de Sidónio Pais como Presidente da República



Fonte: *Ilustração Portuguesa*, n.º 639, 20 de maio de 1918, p. 581

Créditos: Joshua Benoliel

Figura 8: Vice-almirante Canto e Castro, eleito Presidente da República



O ilustre vice-almirante, sr. João de Castro Silva Anunciação, novo presidente da República Portuguesa.

Fonte: *Ilustração Portuguesa*, n.º 670, 23 de dezembro de 1918, p. 505

Durante a sessão do Congresso de 6 de agosto de 1919, António José de Almeida foi eleito o sétimo Presidente de Portugal. Seguindo o seu estilo editorial, a *Ilustração Portuguesa* apresentou o novo Presidente com um retrato oficial de plano próximo e, para assinalar a mudança de chefe de Estado, publicou um retrato de corpo inteiro do anterior e atual Presidente, embora os olhares divergentes dos atores políticos denunciem a sua falta de cumplicidade (figura 9).

A reportagem da tomada de posse de Manuel Teixeira Gomes publicada é agora mais modesta, mas a tribuna, onde decorre a ação, é sempre destacada ao centro do plano (figura 10). À semelhança do que acontece ainda hoje, quase um século depois, os fotógrafos mantinham-se na bancada frontal para com a tribuna, sendo imposto um certo distanciamento dos protagonistas políticos. A publicação do retrato de Duarte Leite, opositor político de Manuel Teixeira Gomes, sublinha uma certa imparcialidade jornalística por parte da *Ilustração Portuguesa*, mesmo que o tom utilizado fosse quase sempre favorável para com os Presidentes eleitos. Na mesma linha de publicação, na edição de 6 de outubro de 1923 é destacado o retrato de perfil de Manuel Teixeira Gomes. Ao longo do seu mandato, são publicados vários instantâneos de Diniz Salgado que evidenciam o lado diplomata e cosmopolita do chefe de Estado.

Na imagem mais singular deste período (figura 11), Diniz Salgado fotografa o Presidente num segundo plano, precedido de um primeiro plano desfocado, técnica ainda pouco usada na época, mas que revela a procura de composições e enquadramentos originais. Os encontros entre o antigo e o novo Presidente ou outras personalidades políticas são captados com planos inteiros e com enquadramento vertical para centrar o observador nas figuras humanas, à imagem do que já acontecia nos retratos de Joshua Benoliel.

Figura 9: Presidente Canto e Castro e Presidente eleito António José de Almeida



Fonte: *Ilustração Portuguesa*, n.º 704, 18 de agosto de 1919, p. 123. Créditos: Vasco Serra Ribeiro

Figura 10: Eleição do Presidente Manuel Teixeira Gomes



Fonte: *Ilustração Portuguesa*, n.º 912, 11 de agosto de 1923, p. 187

Créditos: Diniz Salgado

Figura 11: O Presidente Manuel Teixeira Gomes saúda a população desde a varanda do Parlamento



Fonte: *Ilustração Portuguesa*, n.º 921, 13 de outubro de 1923, p. 473. Créditos: Diniz Salgado

Conclusões

A partir da análise realizada, a primeira conclusão que podemos apontar é que se nota o desencanto com a nova forma de Governo, nomeadamente com as dissensões e lutas no campo político, frequentemente violentas. Inicialmente, cada eleição presidencial é uma ocasião, na revista, para um novo repto por sossego e ordem. Cada eleição presidencial é enquadrada como um sinal de esperança de que as coisas sejam, finalmente, diferentes e que Portugal entre, por fim, na senda do progresso. É, pois, um discurso voltado para o futuro, ainda que tendencialmente personalizado e quase sempre elogioso para cada um dos novos chefes de Estado que, na sucessão presidencial, ascendiam, por via eleitoral, à Presidência da República. Essa característica é observada tanto do discurso escrito como na iconografia.

O artigo conclui também que as eleições presidenciais foram um tema saliente, o que terá contribuído para a inclusão do assunto na agenda pública. Nas eleições em que coincidiram no tempo, esse efeito terá beneficiado dos fenómenos de acumulação e consonância. O discurso era, por norma, mais descritivo e não crítico ou perscrutador. Isso aconteceria, possivelmente, porque na linha das publicações associadas ao jornal *O Século*, a revista insere o seu funcionamento dentro de um modelo industrializado de jornalismo, que, fazendo da informação uma mercadoria lucrativa, tentava ser de interesse transversal à sociedade para, assim, gerar lucro para os investidores (Sousa, 2021). Assim, a revista posicionava-se editorialmente como neutral perante o jogo político, expressando apenas os sentimentos renovados de esperança, a cada eleição, que seriam, em abstrato, consonantes com os sentimentos do público e do povo português.

Os enquadramentos dados às eleições presidenciais brotaram, quase integralmente, dos jornalistas. Não se assistiu, como hoje, à aparição relevante de fontes políticas no discurso jornalístico, numa luta por dar significados aos acontecimentos. Só num caso foi destacado um tema do discurso nas primeiras eleições de 1915, que conduziram Teófilo Braga, por breves meses, à Presidência. Outro aspeto contundente é o maior interesse pela primeira eleição justificado pelo facto de que se configuraram como possuindo um valor-notícia elevado pelo ineditismo do acontecimento, ou seja, foi a primeira vez que se elegeu um Presidente da República Portuguesa.

O discurso textual e fotográfico sobre as eleições presidenciais centra a sua atenção nos novos Presidentes da República com o objetivo de os apresentar aos portugueses, fisicamente e também socialmente, através de uma narrativa biográfica. A norma seria o discurso elogioso e desprovido de qualquer aspeto negativo das personagens dos Presidentes perante o leitor, permitindo-lhe estabelecer conotações, por exemplo, entre a fisionomia dos retratados e as qualidades.

É ainda de destacar que a interiorização de rotinas e cânones de cobertura fotojornalística permitiu centrar as atenções nos momentos mais simbólicos das eleições e tomadas de posse. Também é visível a repetição de algumas abordagens fotográficas em várias eleições, centradas na captação de imagens de momentos particularmente simbólicos: o juramento da Constituição pelo Presidente, a saudação na varanda do Parlamento, o cortejo presidencial...

De algum modo, o cânone de procedimento terá sido definido na cobertura das primeiras eleições presidenciais, em 1911, por Joshua Benoliel, o pioneiro do fotojornalismo em Portugal. Curiosamente, Benoliel permitiu-se algumas liberdades na expressão fotográfica que fotojornalistas posteriores não seguiram. A fotografia "cândida" e inesperada, cheia de interesse humano, de Manuel de Arriaga a comer, só (apelará ao carácter unipessoal e "solitário" do mandato presidencial), no bar do Parlamento, enquanto aguardava o resultado da eleição presidencial, é um exemplo da criatividade – e liberdade de ação – de Benoliel.

A hipótese equacionada pode ser parcialmente aceite. Sustentada pela bibliografia sobre critérios de noticiabilidade e cobertura eleitoral, partiu-se do pressuposto de que as eleições presidenciais na I República, sendo uma novidade para os portugueses e gozando a imprensa de liberdade, tiveram forte repercussão nas revistas ilustradas e a cobertura foi tendencialmente descritiva, ainda que com pouco espaço para as fontes políticas. No entanto, a cobertura das eleições relevou-se pessoalizada na figura do vencedor - o presidente eleito (no caso de Sidónio Pais, era candidato único) – com destaque para a fotografia de retrato, sendo apresentada como exceção pontual (uma peça/uma página) as Presidenciais de 1911 quando a *Ilustração Portuguesa* apresentou uma corrida entre diversos candidatos.

Financiamento

Esta pesquisa faz parte dos resultados do projeto PTDC/COM-JOR/28144/2017 — *Para uma história do jornalismo em Portugal*, financiado por fundos nacionais através da FCT — Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P.

Bibliographical references

- Alonso-Muñoz, L., & Casero-Ripollés, A. (2018). Political agenda on Twitter during the 2016 Spanish elections: issues, strategies, and users' responses. *Communication & Society*, 3(3), 7–23. <http://hdl.handle.net/10234/176823>
- Alonso-Muñoz, L., Marcos-García, S., & Casero-Ripollés, A. (2016). Political leaders in (inter)action. Twitter as a strategic communication tool in electoral campaigns. *Trípodos*, 39, 71-90. http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/381
- Ballesteros, C.-A, Zamora, R., Goulart, M., Sánchez, P., Gil, A., Díez, M., & Muñiz, C. (2017). La interacción entre candidatos, partidos y ciudadanos en Facebook durante la campaña de las elecciones generales de 2015. Un análisis cuantitativo. En: J.-L. Dader y E. Campos (Coords.), *La búsqueda digital del voto: cibercampañas electorales en España 2015-2016* (pp. 141-194). Tirant lo Blanch.
- Baviera, T. (2018). Influence in the political Twitter sphere: Authority and retransmission in the 2015 and 2016 Spanish General Elections. *European Journal of Communication*, 33(3), 321–337. <https://doi.org/10.1177/0267323118763910>
- Campos-Domínguez, E. (2017). Twitter y la comunicación política. *El Profesional de la Información*, 26(5), 785-793. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.01>
- Cano-Orón, L., Calvo, D., López-García, G., & Baviera, T. (2021). Disinformation in Facebook Ads in the 2019 Spanish General Election Campaigns. *Media & Communication*, 9(1), 217- 228. <http://dx.doi.org/10.17645/mac.v9i1.3335>
- Casero-Ripollés, A. (2018). Research on Political Information and Social Media: Key Points and Challenges for the Future. *El Profesional de la Información*, 27(5), 964-974. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.01>
- Casero-Ripollés, A., Feenstra, R.-A., & Tormey, S. (2016). Old and New Media Logics in an Electoral Campaign: The Case of Podemos and the Two-Way Street Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*, 21(3), 378-397. <https://doi.org/10.1177/1940161216645340>
- CeaEsteruelas, M. N. (2020). Nivel de interacción de la comunicación de los partidos políticos españoles en redes sociales. *MARCO (Marketing Y Comunicación Política)*, 5, 41-57. <https://doi.org/10.15304/marco.5.6332>
- Chadwick, A. (2013). *The Hybrid Media System. Politics and Power*. Oxford University Press.

- Criado, J. I., Martínez-Fuentes, G., & Silván A. (2012). Social media for political campaigning: The use of Twitter by Spanish mayors in 2011 local elections. En: C. Reddick & S. Aikins (Eds), *Web 2.0 technologies and democratic governance: Public administration and information technology* (pp. 219–232). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4614-1448-3_14
- Dader, J.-L. (2009). Ciberpolítica en los websites de partidos políticos. La experiencia de las elecciones de 2008 en España ante las tendencias transnacionales. *Revista de Sociología e Política*, 17(34), 45-62. <https://doi.org/10.1590/s0104-44782009000300005>
- Dader, J.-L. (2017). Campañas políticas 'online': La realidad española frente al horizonte internacional del 'tecnocabildeo'. En: J.-L. Dader y E. Campos (Coords.), *La búsqueda digital del voto: cibercampañas electorales en España 2015-2016* (pp. 75-140). Tirant lo Blanch.
- Farrell, H., & Drezner, D. (2008). The power and politics of blogs. *Public Choice*, 134, 15-30. <https://doi.org/10.1007/s11127-007-9198-1>
- Fenoll, V., & Cano-Orón, L. (2019). Communicative differences between emergent and traditional parties: an analysis of facebook posts from Spain's 2015 general election campaign. *Zer*, 24(46), 37-51. <https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/20225/18867>
- Gamir-Ríos, J. (2016). Blogs, Facebook y Twitter en las Elecciones Generales de 2011. Estudio cuantitativo del uso de la web 2.0 por parte de los cabezas de lista del PP y del PSOE. *Revista Dígitos*, 2, 101-120. <https://revistadigitos.com/index.php/digitos/article/view/53>
- Gamir-Ríos, J., Cano-Orón, L., & Calvo, D. (2017). La campaña electoral de 2015 en cifras. La presencia en la blogosfera, Facebook y Twitter de los cabezas de lista provinciales de PP, PSOE, Podemos y Ciudadanos. En G. López-García y L. Valera-Ordaz (Eds.), *Pantallas electorales. El discurso de partidos, medios y ciudadanos en la campaña de 2015* (pp. 41-58). Editorial UOC.
- García-Ortega, C., & Zugasti-Azagra, R. (2014). La campaña virtual en Twitter: análisis de las cuentas de Rajoy y de Rubalcaba en las Elecciones Generales de 2011. *Historia y Comunicación Social*, 19, 299-311. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.45029
- García-Ortega, C., & Zugasti-Azagra, R. (2018). Gestión de la campaña de las elecciones generales de 2016 en las cuentas de Twitter de los candidatos: entre la autorreferencialidad y la hibridación mediática. *El Profesional de la Información*, 27(6), 1215-1225. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.05>
- Giansante, G. (2015). *La comunicación política online*. Editorial UOC.
- Gil-de-Zúñiga, H., Weeks, B., & Ardèvol-Abreu, A. (2017). Effects of the news-finds-me perception in communication: Social media use implications for news seeking and learning about politics. *Journal of computer-mediated communication*, 22(3), 105-123. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12185>
- Hansen, K., & Kosiara-Pedersen, K. (2014). Cyber-campaigning in Denmark: Application and effects of candidate campaigning. *Journal of Information Technology & Politics*, 11(2), 206–219. <https://doi.org/10.1080/19331681.2014.895476>
- IAB Spain (2012). *Estudio anual de redes sociales 2012*. <https://es.slideshare.net/uncommunitymanager/estudio-2012-del-uso-de-redes-sociales-en-espaa-de-iab>

- IAB Spain (2015). *Estudio anual de redes sociales 2015*. https://www.slideshare.net/IAB_Spain/estudio-anual-de-redes-sociales-2015
- IAB Spain (2019). *Estudio anual de redes sociales 2019*. https://iabspain.es/wp-content/uploads/2019/06/estudio-anual-redes-sociales-iab-spain-2019_vreducida.pdf
- IAB Spain (2020). *Estudio anual de redes sociales 2020*. <https://iabspain.es/estudio/estudio-redes-sociales-2020/>
- Jungherr, A. (2016). Twitter use in election campaigns: A systematic literature review. *Journal of Information Technology & Politics*, 13(1), 72-91. <https://doi.org/10.1080/19331681.2015.1132401>
- Kreiss, D. (2016). Seizing the moment: The presidential campaigns' use of Twitter during the 2012 electoral cycle. *New Media & Society*, 18(8), 1473–1490. <https://doi.org/10.1177/1461444814562445>
- Kreiss, D., Lawrence, R. G., & McGregor, S. C. (2018). In their own words: Political practitioner accounts of candidates, audiences, affordances, genres, and timing in strategic social media use. *Political communication*, 35(1), 8-31. <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1334727>
- Kumar, S., Zafarani, R., & Liu, H. (2011). Understanding User Migration Patterns in Social Media. *Proceedings of the AAAI Conference on Artificial Intelligence*, 25(1). <https://ojs.aaai.org/index.php/AAAI/article/view/8089>
- Lalancette, M., & Raynauld, V. (2017). The power of political image: Justin Trudeau, Instagram, and celebrity politics. *American Behavioral Scientist*, 63(7), 888-924. <https://doi.org/10.1177/0002764217744838>
- Larsson, A. O. (2020). Picture-perfect populism: Tracing the rise of European populist parties on Facebook. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/1461444820963777>
- Larsson, A. O., & Skogerbø, E. (2018). Out with the old, in with the new? Perceptions of social (and other) media by local and regional Norwegian politicians. *New Media & Society*, 20(1), 219-236. <https://doi.org/10.1177/1461444816661549>
- Liebhart, K., & Bernhardt, P. (2017). Political storytelling on Instagram: Key aspects of Alexander van der Bellen's successful 2016 Presidential Election Campaign. *Media and Communication*, 5(4), 15-25. <https://doi.org/10.17645/mac.v5i4.1062>
- López Abellán, M. (2012). Twitter como instrumento de comunicación política en campaña: Elecciones Generales de 2011. *Cuadernos de Gestión de Información*, 2, 69–84. <https://revistas.um.es/gesinfo/article/view/207651>
- López-García, G. (2015). *Periodismo digital. Redes, audiencias y modelos de negocio*. Comunicación Social.
- López-García, G. (2016). 'Nuevos' y 'viejos' liderazgos: la campaña de las elecciones generales españolas de 2015 en Twitter. *Communication & Society*, 29(3), 149-168. <https://doi.org/10.15581/003.29.3.149-168>
- López-García, G., Gámir-Ríos, J., García-Ull, F.-J., Llorca-Abad, G., Cano-Orón, L., & González-Esteban, J.-L. (2015). El debate sobre Europa en Twitter. Discursos y estrategias de los candidatos de las elecciones al Parlamento Europeo de 2014 en España. *Revista de Estudios Políticos*, 170, 213-246. <https://doi.org/10.18042/cepc/rep.170.07>

- López-García, G., Gamir-Ríos, J., & Valera-Ordaz, L. (2018). *Comunicación política: teorías y enfoques*. Madrid: Editorial Síntesis.
- López-Meri, A., Marcos-García, S., & Casero-Ripollés, A. (2017). What do politicians do on Twitter? Functions and communication strategies in the Spanish electoral campaign of 2016. *El Profesional de la Información*, 26(5), 795-804. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.02>
- López-Meri, A., Marcos-García, S., & Casero-Ripollés, A. (2020). Estrategias comunicativas en Facebook: personalización y construcción de comunidad en las elecciones de 2016 en España. *Doxa Comunicación*, 30, 229-248. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n30a12>
- López-Rabadán, P., & Doménech-Fabregat, H. (2018). Instagram y la espectacularización de las crisis políticas: Las 5W de la imagen digital en el proceso independentista de Cataluña. *El Profesional de la Información*, 27(5), 1013-1029. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.06>
- Lorenzo-Rodríguez, J., & Garmendia-Madariaga, A. (2016). Going public against institutional constraints? Analyzing the online presence intensity of 2014 European Parliament election candidates. *European Union Politics*, 17(2), 303-323. <https://doi.org/10.1177/1465116515618252>
- Magin, M., Podschuweit, N., Haßler, J., & Russmann, U. (2017). Campaigning in the fourth age of political communication. A multi-method study on the use of Facebook by German and Austrian parties in the 2013 national election campaigns. *Information, Communication & Society*, 20(11), 1698-1719. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1254269>
- Maratea, R. (2008). The e-Rise and Fall of Social Problems: The Blogosphere as a Public Arena. *Social Problems*, 55(1), 139-160. <https://doi.org/10.1525/sp.2008.55.1.139>
- Marcos-García, S., Viounnikoff-Benet, N., & Casero-Ripollés, A. (2020). Què hi ha en un like? Continguts polítics en Facebook i Instagram en les eleccions autonòmiques valencianes de 2019. *Debats. Revista de cultura, poder i societat*, 134(1), 91-116. <https://doi.org/10.28939/iam.debats.134-1.6>
- Mazzoleni, G., & Vaccari, C. (2020). 20 years of political communication scholarship: Accomplishments, changes, and challenges. *Comunicazione politica*, 1/2020, 5-20. <https://doi.org/10.3270/96419>
- Medina Serrano, J. C., Papakyriakopoulos, O., & Hegelich, S. (2020). Dancing to the partisan beat: A first analysis of political communication on TikTok. *WebSci '20: 12th ACM Conference on Web Science* 257-266. <https://doi.org/10.1145/3394231.3397916>
- Nitschke, P., Donges, P., & Schade, H. (2014). Political organizations' use of websites and Facebook. *New Media & Society*, 18(5), 744-764. <https://doi.org/10.1177/1461444814546451>
- Norris, P. (2003). Preaching to the Converted?: Pluralism, Participation and Party Websites. *Party Politics*, 9(1), 21-45. <https://doi.org/10.1177/135406880391003>
- Peytibi, X., Rodríguez, J., & Gutiérrez-Rubí, A. (2008). La experiencia de las elecciones generales del 2008. *Revista de Internet, Derecho y Política*, 7, 26-37. <https://www.raco.cat/index.php/IDP/article/view/129985>
- Pineda, A., Bellido-Pérez, E., & Barragán-Romero, A.-I. (2020). 'Backstage moments during the campaign': The interactive use of Instagram by Spanish political leaders. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/1461444820972390>

- Quevedo-Redondo, R., & Portalés-Oliva, M. (2017). Imagen y comunicación política en Instagram. Celebrificación de los candidatos a la presidencia del Gobierno. *El Profesional de la Información*, 26(5), 916-927. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.13>
- Ross, K., Fountaine, S., & Comrie, M. (2015). Facing up to Facebook: politicians, publics and the social media (ted) turn in New Zealand. *Media, Culture & Society*, 37(2), 251-269. <https://doi.org/10.1177/0163443714557983>
- Sampietro, A., & Sánchez-Castillo, S. (2020). La promoción de la imagen política en Instagram: un estudio del perfil personal de Santiago Abascal (Vox) en 2018. *Communication & Society*, 33(1), 169-184. <https://doi.org/10.15581/003.33.1.169-184>
- Scherpereel, J.-A., Wohlgemuth, J., & Schmelzinger, M. (2017). The adoption and use of Twitter as a representational tool among members of the European Parliament. *European Politics and Society*, 18(2), 111-127. <https://doi.org/10.1080/23745118.2016.1151125>
- Selva-Ruiz, D., & Caro-Castaño, L. (2017). Uso de Instagram como medio de comunicación política por parte de los diputados españoles: La estrategia de humanización en la 'vieja' y la 'nueva' política. *El Profesional de la Información*, 26(5), 903-915. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.12>
- Stier, S., Bleier, A., Lietz, H., & Strohmaier, M. (2018). Election campaigning on social media: Politicians, audiences, and the mediation of political communication on Facebook and Twitter. *Political Communication*, 35(1), 50-74. <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1334728>
- Suau-Gomila, G., Pont-Sorribes, C., & Pedraza-Jiménez, R. (2020). Politicians or influencers? Twitter profiles of Pablo Iglesias and Albert Rivera in the Spanish general elections of 20-D and 26-J. *Communication & Society*, 33(2), 209-225. <https://doi.org/10.15581/003.33.2.209-225>
- Tucker, J. A., Guess, A., Barberá, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., Stukal, D., & Nyhan, B. (2018). Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3144139>
- Turnbull-Dugarte, S.-J. (2019). Selfies, policies, or votes? Political party use of Instagram in the 2015 and 2016 Spanish General elections. *Social Media + Society*, 5(2), 1-15. <https://doi.org/10.1177/2056305119826129>
- Vaccari, C., & Valeriani, A. (2016). Party Campaigners or Citizen Campaigners? How Social Media Deepen and Broaden Party-Related Engagement. *The International Journal of Press/Politics*, 21(3), 294-312. <https://doi.org/10.1177/1940161216642152>
- Valera-Ordaz, L. (2012). ¿Deliberación 2.0 o radicalización de la retórica partidista? Un análisis de las discusiones políticas en los muros de Facebook de candidatos políticos españoles. *Textual & Visual Media*, 5, 311-340. <https://textualvisualmedia.com/index.php/txtvmedia/article/view/79>
- Valera, L., Gamir, J., & López, G. (2015). La blogosfera política española en las Elecciones Generales 2011. Una comparación entre blogs de candidatos, periodistas y ciudadanos. *Doxa Comunicación*, 21, 79-111. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n21a4>
- Vergeer, M. (2015). Twitter and political campaigning. *Sociology Compass*, 9(9), 745-760. <https://doi.org/10.1111/soc4.12294>

- Weßels, B. (2011). European Parliament Election Study 2009, Candidate Study. GESIS Data Archive, Cologne. ZA5048 Data file Version 2.0.0. <https://doi.org/10.4232/1.11323>
- Zamora, R., & Zurutuza, C. (2014). Campaigning on Twitter: Towards the 'personal style' campaign to activate the political engagement during the 2011 Spanish general elections. *Communication & Society*, 27(1), 83-106. <https://doi.org/10.15581/003.27.1.83-106>