

ANÁLISE DOS

# ME DIA

ISABEL FERIN CUNHA

IMPRESA DA  
UNIVERSIDADE  
DE COIMBRA  
COIMBRA  
UNIVERSITY  
PRESS

(Página deixada propositadamente em branco)



E N S I N O

EDIÇÃO

Imprensa da Universidade de Coimbra

Email: [imprensauc@ci.uc.pt](mailto:imprensauc@ci.uc.pt)

URL: [http://www.uc.pt/imprensa\\_uc](http://www.uc.pt/imprensa_uc)

Vendas online: <http://www.livrariadaimprensa.com>

CONCEÇÃO GRÁFICA

António Barros

INFOGRAFIA DA CAPA

Carlos Costa

INFOGRAFIA

Xavier Gonçalves

REVISÃO

Susana Cardigos

EXECUÇÃO GRÁFICA

[www.artipol.net](http://www.artipol.net)

ISBN

978-989-26-0155-7

ISBN Digital

978-989-26-0309-4

DOI

<http://dx.doi.org/10.14195/978-989-26-0309-4>

DEPÓSITO LEGAL

344076/12

ME  
ANÁLISE DOS  
DIA

ISABEL FERIN CUNHA

IMPRESA DA  
UNIVERSIDADE  
DE COIMBRA  
COIMBRA  
UNIVERSITY  
PRESS

(Página deixada propositadamente em branco)

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	7
I. ENQUADRAMENTOS TEÓRICOS .....	13
1. A <i>Análise dos Media</i> : o conhecimento e a ciência .....	14
2. A <i>Análise dos Media</i> no âmbito da teoria social .....	20
3. Estudos sobre os <i>media</i> : orientações metodológicas e conceitos .....	32
4. A <i>Análise dos Media</i> e as teorias sobre os <i>media</i> e o jornalismo .....	39
II. DESENHAR UMA PESQUISA SOBRE OS <i>MEDIA</i> .....	47
1. Dimensões contextuais: <i>Media</i> , Política e Metodologias .....	48
2. Justificar o objeto de pesquisa .....	53
3. As etapas de investigação científica .....	58
III. MÉTODOS NA <i>ANÁLISE DOS MEDIA</i> .....	79
1. Métodos quantitativos e qualitativos .....	79
2. Técnicas de análise de conteúdo.....	82
3. Técnicas de análise textuais .....	87
IV. CONCLUSÃO.....	101
V. BIBLIOGRAFIA COMENTADA .....	107
VI. BIBLIOGRAFIA GERAL.....	117

(Página deixada propositadamente em branco)



## INTRODUÇÃO

A *Análise dos Media* é uma área complexa e multidisciplinar que se enquadra na teoria social e se fundamenta em correntes históricas de pensamento sobre os *media*. A palavra Análise surge nos dicionários com o significado de decompor um todo em suas partes componentes, com vista a conhecer a sua natureza, mas também observar, examinar e esquadrinhar objetos com minúcia. Outras definições de dicionário apontam para a ideia de crítica ou de exame crítico de um objeto ou fenómeno. No dicionário de filosofia de Ferrater Mora (1991: 27-28), a análise surge com o sentido de resolução, porque se resolve o complexo no simples, ou com o sentido de regressão, porque se volta a uma proposição ou afirmação primeira. Na sequência desta proposta, o autor refere que a análise foi designada por matemáticos e lógicos, como um método resolutivo, permitindo que se fale de análise de uma proposição enquanto pesquisa dos seus componentes. Ainda segundo o mesmo autor, a análise opõe-se, ou é complementada, pela síntese. Isto é, se a primeira promove a decomposição dos objetos ou fenómenos, a segunda permite a composição do decomposto. Sem desdobrar filosoficamente estes enunciados, o que se pretende reter é que há princípios metodológicos que subjazem ao ato de analisar e que estes integrarão a fundamentação da *Análise dos Media*.

Para Hartley (2004: 168-170) *media* são meios utilizados para transmitir mensagens, sendo que, nas sociedades atuais, este termo envolve não só os meios de comunicação de massa, designados inicialmente por *mass media*, mas também os conteúdos desses meios, as indústrias de conteúdo e os dispositivos tecnológicos. Segundo o mesmo autor, a ideia de *mass media* associava-se, desde o início do século XX, à produção de mensagens oriundas de um emissor

todo-poderoso e recebidas por audiências dispersas. Esta ideia envolvia um controle praticamente absoluto sobre os conteúdos veiculados, suportados por grandes indústrias e conglomerados mundiais, sendo que as audiências estariam à mercê dos efeitos ou, numa perspectiva mais otimista, poderiam selecioná-los e discuti-los, utilizando-os em função das suas conveniências. Hartley considera que este modelo, a que chama de «um-para-vários», se alterou a partir da introdução da internet e de novos dispositivos eletrônicos (finais da década de 80, início da década de 90, do século XX), emergindo, então, o padrão «vários-para-vários» que possibilita o surgimento de mais emissores/produtores. Desta discussão, o que se pretende reter é que os *media* constituem instituições com grande poder e impacto na sociedade, que merecem ser sujeitos a análises metodologicamente fundamentadas.

A *Análise dos Media* evoca estas correntes históricas de pensamento sobre os *media* e enquadra-as na teoria social com a finalidade de analisar os contextos e os seus conteúdos. Trata-se de um exercício teórico-empírico que tem como objetivo desenvolver uma consciência cívica profissional e competências de explicitação de conteúdos, com vista a construir alternativas. A persecução destes objetivos fundamenta-se num conjunto de conhecimentos que propõe o desenvolvimento e adequação da teoria social (Turner, 1996) e da pesquisa social (Ragin, 1994; Seale, 2006; Guerra, 2006; Neuman, 2007) aos *media*, direcionando-as para a aquisição de metodologias específicas que permitam aprofundar esses fenómenos (Jensen e Jankowski, 1991; Deacon, Pickering, Golding e Murdock, 1999; Berger, 2000, 2005, 2007; Hearn, Tacchi, Foth, 2008; Gangwer, 2009).

Com estes pressupostos, pretende-se imprimir à *Análise dos Media* um movimento em que a realidade social e a realidade mediática constituam fatores dinâmicos de conhecimento. Por ora, apresenta-se a teoria social como uma amálgama de procedimentos epistemológicos construídos ao longo da tradição científica ocidental, incluindo-se aqui as áreas fundadoras, tais como a sociologia, a antropologia e a psicologia. Estas áreas têm a vantagem de integrar a experiência histórica da pesquisa europeia, marcada pela via hipotético-dedutiva de Durkheim, ou as experiências do novo mundo, marcadas pela via hipotético-indutiva de Weber.

Ressalta-se ainda que o conceito de cidadania é intrínseco à *Análise dos Media* dado que envolve um conjunto de direitos, deveres e responsabilidades

individuais e coletivas. Se a cidadania pressupõe o gozo de direitos civis, políticos, sociais e culturais, a atividade dos *media*, no interior desta concepção, deve ser a garantia da democracia e da promoção da cidadania (Traber, 1997: 327-343). Neste contexto, a *Análise dos Media* tem como objetivos aferir o respeito pela dignidade humana, promover a democracia e os direitos dos cidadãos nos *media* e pelos *media*, contribuir para a qualidade dos conteúdos mediáticos e o crescimento do número de produtores e criativos. O conceito de cidadania tem, neste sentido, uma perspectiva de *coesão pública* (Livingstone, Couldry e Markham, 2006) e a *Análise dos Media* pretende, dentro deste contexto, construir um espaço de aprofundamento da democracia e das competências individuais e profissionais dos cidadãos. Para atingir estes objetivos, a *Análise dos Media* procura incentivar a crítica metodológica e, simultaneamente, propostas alternativas aos objetos criticados.

A *Análise dos Media* constitui um processo que envolve um conjunto de procedimentos teóricos e metodológicos, assim como técnicas de pesquisa apoiadas por instrumentos específicos, tais como *softwares* de análise de conteúdo, do discurso e de imagem. Para proceder à *Análise dos Media*, é necessário não só observar as mensagens/conteúdos veiculados pelos meios, como ter presente os contextos das empresas dos *media*, interpretando-os em função dos cenários de receção e as formas como os públicos negoceiam os sentidos. Para alcançar este objetivo, recorre-se a quadros concetuais e teóricos da teoria social, bem como a metodologias que visam partir das evidências ou dados — neste caso, os fenómenos ou evidências presentes nos *media* e resultantes dos seus efeitos — para a discussão de ideias ou teorias sobre a sociedade (Ragin, 1994: 57-59). Porém são essas evidências ou dados recolhidos, com base na observação sistematizada, que fundamentam a análise dos *media*. Para Sumser (2002: 6), as regras de observação determinam o que se chama de pesquisa empírica e esta existe quando as perguntas que se fazem podem ser mais apropriadamente respondidas através da observação do mundo, do que através do pensamento sobre ele. No entanto, apesar de a pesquisa empírica ser mais gerida pelas regras de observação — fundadas em experiência sistematizada — do que por enquadramentos teóricos preliminares, ela não pode ser ingénua. Isto significa que não basta observar fenómenos a partir de hipóteses, ou analisá-los por si — pois cada observador/analista terá uma perceção do fenómeno em função do seu

conhecimento e da sua experiência anterior — mas sim observá-los a partir de um enquadramento teórico e metodológico.

Como escreve Rosseti (2010: 71-86) na esteira de Bachelard (2000), o que um observador pode apreender está vinculado ao seu próprio conhecimento, à sua experiência passada e às suas expectativas, não havendo conhecimento neutro. Por outro lado, a ingenuidade na pesquisa empírica também está associada à ideia de se cotejar teorias com fenómenos observados, isto é, tentar comprovar determinadas teorias através da observação de determinados fenómenos. Assim, a pesquisa empírica sobre os *media*, que envolve enormes vantagens para o registo, descrição e sistematização dos fenómenos sociais mediáticos, deverá capturar os dados contextuais e a sua complexidade; aprender com base na experiência coletiva do campo; identificar, explorar, confirmar e avançar conceitos teóricos, realçando o desenho da pesquisa (Sunser, 2002).

Trata-se do desenvolvimento e da aprendizagem de uma metodologia compreensiva, com base indutiva, geradora de um percurso de descoberta, em que as variáveis potencialmente explicativas do funcionamento social são colocadas no contexto da descoberta (Guerra, 2006: 23). Parte-se, por isso, das evidências, fenómenos e dados para a formulação de *imagens* construídas a partir de sínteses e de conexões com outras evidências, dados ou fenómenos. A compreensão destes objetos decorre de enquadramentos teóricos específicos que permitem aferir a pertinência de determinados fenómenos mediáticos explicitados dentro de contextos económicos, políticos, culturais e sociais.

Este livro sobre a *Análise dos Media* está organizado em seis capítulos. O primeiro capítulo intitulado “Enquadramentos Teóricos” encontra-se subdividido em quatro subcapítulos onde se aborda a a *Análise dos Media* face ao conhecimento e à ciência; a *Análise dos Media* no âmbito da teoria social; as diversas perspetivas metodológicas e conceituais dos estudos sobre os *media* e a *Análise dos Media* no contexto das teorias sobre os *media* e o jornalismo.

No segundo capítulo, “Desenhar uma pesquisa sobre os *media*” descreve-se o percurso de elaboração de uma pesquisa sobre os *media* utilizando como exemplo a cobertura jornalística do tema “corrupção política” em Portugal. Este capítulo está subdividido em três subcapítulos: no primeiro, discorre-se sobre as dimensões contextuais da pesquisa enunciada, frisando aspetos inerentes aos *media*, ao campo da política e às metodologias de investigação; no segundo

subcapítulo, justifica-se a escolha do objeto de pesquisa “Cobertura jornalística da corrupção política em Portugal”, sublinhando a sua transdisciplinaridade teórica, as suas implicações na democracia e na atuação dos *media*, bem como a sua complexidade metodológica; no terceiro subcapítulo descrevem-se as sete fases que compreendem a elaboração de uma pesquisa empírica sobre os *media*, desde a formulação de uma pergunta de partida até à interpretação dos dados e à obtenção de resultados.

O capítulo terceiro, “Métodos na *Análise dos Media*”, focaliza os métodos utilizados nas pesquisas empíricas sobre os *media*. Este capítulo está, igualmente, organizado em três subcapítulos. O primeiro aprofunda as características, objetivos e resultados dos métodos quantitativos e qualitativos. O segundo aborda as técnicas de análise de conteúdo e de tratamento estatístico de dados, recorrendo a exemplos de projetos finalizados sobre os *Media e as Imigrações*. O último subcapítulo apresenta diversos exemplos de análises textuais resultantes de trabalhos nacionais e internacionais.

No quarto capítulo, faz-se uma breve conclusão dos enquadramentos, pressupostos e percursos inerentes à *Análise dos Media*. Segue-se (capítulo quinto) a bibliografia comentada das obras com maior relevância para esta área de investigação e a bibliografia de interesse geral para a *Análise dos Media* (capítulo sexto).

(Página deixada propositadamente em branco)

## I. ENQUADRAMENTOS TEÓRICOS

Para melhor expor a pertinência teórica e metodológica dos procedimentos de *Análise dos Media*, introduz-se a comparação realizada por Ragin (1994: 19), entre o jornalismo e a pesquisa social. Para este autor há uma semelhança evidente entre os objetivos do jornalismo e da pesquisa social, na medida em que ambas as atividades visam descrever e interpretar fenômenos da vida social, centrando-se e aprofundando determinados tópicos identificados como polêmicos ou em transformação, por exemplo a imigração, a corrupção política. Quer os cientistas sociais, quer os jornalistas, partem de uma ideia sobre determinado fenômeno, acontecimento ou factos, e procuram coletar evidências, dados ou factos que a possam validar, tentando comprovar a sua verdade e sustentabilidade. Os cientistas recorrem a quadros analíticos e a hipóteses de trabalho que procuram validar, através de metodologias e métodos apropriados; os jornalistas valem-se da recolha de outras informações, assim como de testemunhos e de contraditórios. Ambos têm posturas proativas face às evidências e tentam evitar — dentro da particularidade dos seus contextos profissionais — as “ideias prontas”, o senso comum e os estereótipos, procurando chegar à “verdade”.

No entanto, é necessário ter em conta que há importantes diferenças entre a pesquisa social e o jornalismo (Ragin, 1994: 6-30). Primeiramente, os jornalistas dirigem-se preferencialmente a um público alargado (onde se integram os cientistas sociais) e pouco especializado (a grande maioria do público). Em contrapartida, os cientistas sociais têm os seus pares e a comunidade científica como seus interlocutores privilegiados mas, pelo tipo de pesquisa e intervenção social que realizam, dialogam com promotores de políticas públicas, bem como

com os potenciais beneficiários dos resultados obtidos. Em segundo lugar, enquanto os jornalistas têm rotinas próprias e critérios inerentes à relevância de temas, notícias e atores, os pesquisadores sociais recorrem a modelos de análise, a métodos e a metodologias de investigação ou a longas séries de estatísticas que possam contextualizar ou informar as pesquisas que realizam. Em terceiro lugar, os jornalistas procuram finalizar, numa matéria jornalística ou num conjunto de matérias, o tema ou *issue* selecionado, enquanto os cientistas sociais têm como objetivo acompanhar os fenómenos de forma sistemática, compreendendo a evolução ou transformação dos mesmos.

Esta comparação, entre cientistas e jornalistas, permite enunciar duas categorias de objetivos da *Análise dos Media*, enquanto pesquisa social: objetivos vocacionados para a interpretação e compreensão de fenómenos e aqueles que se direcionam para a intervenção social nos *media* e, também, no jornalismo. Entre os primeiros, inclui-se a identificação de padrões gerais de relacionamento entre fenómenos; os procedimentos de aferição e aprofundamento de teorias sobre os *media* e o jornalismo; os mecanismos que levam à elaboração de previsões e antecipações, através da construção de cenários, de tendências nos *media* e no jornalismo; e os que permitem interpretar histórica e culturalmente os fenómenos significantes. Na segunda categoria, os objetivos centram-se no desenvolvimento de novas teorias sobre os *media* e o jornalismo, focadas em Portugal e explorando a particularidade dos fenómenos mediáticos, assim como na exploração e aprofundamento do pluralismo e diversidade, tendo como objetivo proporcionar a expansão e o acesso de novos atores ao espaço público.

### 1. A *Análise dos Media*: o conhecimento e a ciência

Os procedimentos de *Análise dos Media* têm como finalidade produzir conhecimento sobre os *media* e a sociedade. Nesta perspetiva convém refazer alguns percursos teóricos, evocando a definição introdutória do que é conhecimento, ciência e ciências sociais. Pretende-se, com este estudo, apresentar uma dimensão histórica e interdisciplinar sobre a criação de conhecimento nos estudos sobre os *media* e o jornalismo.



Ciência vem do latim *scientia* e significa *conhecimento, saber, informação* (Cunha, 1982), consistindo na forma como o(s) sujeito(s) se apropriam intelectualmente de objetos. Sem entrar na discussão filosófica do que é e como se produz conhecimento, ressalta-se que este está diretamente vinculado às relações entre sujeito e objeto, a pressupostos ideológicos e filosóficos, bem como à conexão lógica do ato de pensar (Deshaies, 1997: 62). O conhecimento determina a intervenção do sujeito no mundo e está, por sua vez, vinculado à sua visão de mundo. Neste sentido, as teorias do conhecimento, construções que objetivam explicar o funcionamento dos processos mentais que permitem ao sujeito captar o real, são muito diversificadas. Por exemplo, o empirismo, o racionalismo, o idealismo e o positivismo. O empirismo coloca o objeto no centro das suas preocupações; o idealismo privilegia a ideia sobre o objeto em detrimento do objeto propriamente dito; o racionalismo atribui ao eu-sujeito a construção do real e o positivismo considera que só se conhece o que se percebe pelos sentidos (Deshaies, 1997: 62-105).

A ciência define-se como um conhecimento rigoroso e estruturado sobre objetos, exigindo linguagens rigorosas e apropriadas. Define-se assim:

*... um corpo de doutrina, metodologicamente formado e ordenado que constitui um ramo do saber humano. Para haver ciência, não se exige certeza de todas as proposições e fundamentações particulares, porque pode compreender hipóteses e teorias ainda não devidamente corroboradas...A objetividade é essencial à ciência... assim como o Método...(Brugger, 1968: 84)*

A ciência é, igualmente, uma instituição social, estando associada às vicissitudes contextuais da História (Neuman, 2007: 7). Neste sentido, os procedimentos científicos, obedecendo a padrões e a regras estritas, vão criando situações de inconformismo e de incapacidade de resposta perante novos fenômenos, originando crises e rupturas nos padrões habituais de interpretação e resolução de problemas. Recuperar a discussão de Kuhn (1970) sobre a ideia de ciência normal, paradigma (dominante, emergente e crise do paradigma), ruptura científica e revolução científica permite a contextualização da produção de conhecimento. Para aquele autor, a ciência normal define-se como um campo de pesquisa cujos fundamentos são aceites durante algumas gerações, angariando seguidores e

partidários. A partir de um certo momento, o paradigma — conjunto de crenças, regras e práticas explicativas — parece não conseguir explicar os fenómenos que entretanto emergiram no seu campo de estudos, tendo como consequência o despontar de uma nova fase da ciência pautada pelas descobertas (novidades relativas a factos) e invenções (novidades respeitantes à teoria) que desembocam na crise do paradigma dominante, na rutura da ciência normal e na emergência de uma revolução científica (Kuhn, 1970). Trata-se de uma conceção de ciência entendida como um empreendimento em construção, em que o conhecimento decorre de um processo de reflexão e de recolha de informações, complexo e dialético.

Nos procedimentos que acompanham a *Análise dos Media*, a inquietação e a curiosidade sobre a génese dos fenómenos científicos e a análise das práticas da ciência tal como são abordadas por Thomas Kuhn (1970) constituem um cenário de grande valia para a compreensão dos fatores exteriores que estão na origem da transformação do conhecimento e da forma de fazer ciência. Ainda pautando este debate, convém mencionar o texto *Um discurso sobre a ciência*, de Boaventura de Sousa Santos (1987), sobretudo no aspeto que discute a necessidade de fazer reverter a atividade científica para a sociedade através de práticas que possam contribuir para uma melhor vida. O autor frisa a importância de o conhecimento científico chegar ao cidadão comum a partir da partilha social do conhecimento realizada por meio do senso-comum.

Ressalta-se que a noção de senso-comum, na perceção dos fenómenos e na organização do conhecimento, não é pacífico. Assim, enquanto muitos metodólogos consideram o senso-comum um conhecimento menor frente a outros tipos de conhecimento como o filosófico e o científico, outros valorizam-no como ponto de partida e de chegada do conhecimento científico (Marconi e Lakatos, 1984). A primeira tendência caracteriza o senso-comum como sendo um pensamento valorativo, incapaz de formulações abrangentes, particularmente assistemático e intransmissível, apesar de ser verificável pela experiência diária dos indivíduos. Outros autores enfatizam o papel do senso-comum na promoção da observação crítica dos fenómenos e na instigação ao autoconhecimento. Com esta orientação Boaventura de Sousa Santos singulariza o conhecimento de senso-comum da seguinte forma:

*O senso comum faz coincidir causa e intenção... é prático e pragmático, ... é transparente e evidente, é superficial porque desdenha das estruturas que estão para além da consciência ... é indisciplinar e imetódico, para além de ser retórico e metafórico (Santos, 1988: 56-57).*

O autor afirma ainda que, deixado a si mesmo, o senso-comum *é conservador e pode legitimar prepotências, mas interpenetrado pelo conhecimento científico pode estar na origem de uma nova racionalidade.*

Na senda de Boaventura de Sousa Santos (1987), chama-se a atenção para a emergência de um novo paradigma na ciência em que se valoriza as inter-relações entre ciência natural e ciência social, dentro da perspectiva de que *todo o conhecimento científico-natural é científico-social* (Santos, 1987: 37-45). Em simultâneo, é necessário frisar que a ciência é cada vez mais global, constituindo-se em redor de temas, necessitando por isso de recorrer a metodologias múltiplas. Por outro lado, destaca-se que, no paradigma emergente, a aventura da descoberta científica é um percurso de auto-conhecimento dentro do princípio de que *todo o conhecimento é autoconhecimento* (Santos, 1987: 50-55). Assim, é urgente repensar as ciências sociais e a teoria social no interior deste novo paradigma, tendo em atenção que estas não permitem abstrair do real e que os fenómenos sociais são historicamente condicionados e culturalmente determinados.

Neste percurso, o pesquisador é convidado a pensar-se como sujeito de conhecimento, tanto no momento de fazer investigação, como quando opta por uma determinada metodologia de pesquisa. Como pesquisar a partir deste exercício e como conhecer constitui um esforço epistemológico que implica três instâncias estruturantes: o sujeito — aquele ou aquela que apreende o objeto com todos os seus meios pessoais, intelectuais e culturais — o objeto — parte do real considerada como domínio de investigação — e a disciplina, enquanto saber organizado num domínio particular (Deshaies, 1997: 25-29).

O desafio envolve o pesquisador mas também as áreas de conhecimento que estão associadas aos estudos sobre os *media* e o jornalismo. Está-se perante um processo no qual se combinam questões teóricas e empíricas num contexto interdisciplinar, o que constitui uma provocação face às formas tradicionais de fazer pesquisa.

Convém salientar que esta realidade é comum às ciências sociais que — segundo, por exemplo, Appadurai (2001) e Melucci (2005) — enfrentaram no final do século XX e início do novo milênio, crescentes desafios derivados da emergência de novos campos de pesquisa e do surgimento de novos sujeitos, num mundo em que a ciência e os seus objetos se encontram cada vez mais globalizados. Aprofundando estas reflexões, Appadurai (2001) considera que estes novos campos e sujeitos emergiram com a globalização e constituem um fator de ansiedade no mundo acadêmico das ciências sociais e humanas em todo o mundo ocidental. Segundo o autor, se, por um lado, há hoje uma dimensão democrática na investigação, uma universalização do acesso à pesquisa e aos fenômenos pesquisáveis que põe em questão as tradicionais formas de fazer e validar ciência, por outro, há uma crescente fragmentação e distribuição desigual de recursos no que toca ao ensino, à aprendizagem e à crítica cultural. Esta dicotomia é válida a diversos níveis — ao nível local e regional, ao nível nacional e entre países, mas também entre regiões e continentes — o que significa que nem todos os cientistas sociais têm acesso aos mesmos recursos e aparatos científicos e metodológicos. O mesmo autor recorda ainda que a ciência, em geral, é uma atividade que envolve uma sociedade civil internacional e uma comunidade de atores individuais e institucionais, possuidora de um conjunto de teorias e práticas altamente hierarquizadas, estruturadas e definidas. Esta sociedade civil internacional apresenta uma enorme mobilidade física e virtual, permitindo que se instaurem novas formas criativas de pesquisa e se repense os objetivos, finalidades e sentidos das mesmas. Neste contexto Appadurai destaca o papel da imaginação científica que incita, tal como as novas tecnologias, ao cruzamento de fronteiras e ao diálogo entre disciplinas, pondo em causa as epistemologias disciplinares e propondo novas formas de conhecimento. O princípio do autoconhecimento e da rutura face às práticas e conhecimentos consolidados são, por isso, valorizados, num momento em que a “realidade” do mundo se encontra em acelerada mudança.

Estas reflexões adquirem pertinência quando se focam os estudos sobre os *media* e o jornalismo que são, dentro das ciências sociais, um campo de estudos em transformação. Estes estudos buscam estruturar-se num conjunto de conhecimentos teórico-metodológicos direcionados para a investigação, que podem surgir sob a forma de objetos mediáticos (por exemplo, os dispositivos

imprensa, rádio, televisão ou internet) ou sob a forma de processos de interação complexos como os que estão adscritos aos estudos de recepção (Duarte, 2003: 42). A fluidez ou diversidade dos objetos, a pluralidade de saberes (disciplinas) e estratégias (metodologias e métodos), que podem ser mobilizadas no ato de conhecer do sujeito epistemológico, levam a que se ponha em causa a validade destes estudos, como um campo autónomo de saber. As condições de implantação, ou génese destes estudos, sobretudo nas universidades europeias, fizeram com que surgisse tardiamente um corpo teórico e de práticas metodológicas que se debruçassem sobre estes fenómenos (Wolton, 1999). Neste contexto e com estes pressupostos, a disciplina *Análise dos Media* procura contribuir para a integração teórica e metodológica dos estudos sobre os *media* e o jornalismo, incentivando a crítica metodológica, a observação criteriosa e o enquadramento teórico adequado dos objetos analisados.

Ainda evocando Appadurai (2001), e na esteira de Boaventura de Sousa Santos (1988) e Santos e Meneses (2010), considera-se que a disciplina *Análise dos Media*, dentro dos estudos sobre os *media* e o jornalismo, está vinculada à ideia de área temática, isto é, à construção de objetos de investigação fundados na proximidade temática, mais do que na proximidade disciplinar. Por exemplo, os objetos mais instigantes para a investigação são aqueles que se debruçam sobre um determinado tema — por exemplo, a corrupção — sob diversas perspetivas, desde a análise da representação da corrupção nos *media*, até à forma como as audiências percecionam este fenómeno no espaço público.

O princípio de área temática tem associada, em contrapartida, a ideia de investigação como *bricolage*, um conceito utilizado por Lévi-Strauss nos seus trabalhos antropológicos e recuperado por Alasuutari (1995: 1-5). Para este autor, que disserta sobre os estudos culturais — dando grande proeminência aos *media* na sociedade e às questões de poder e decisão política — as metodologias e os princípios teóricos utilizados na pesquisa qualitativa devem ser selecionados a partir dos objetos, os fenómenos empíricos, que se pretende analisar. Explorando este ponto de vista, Alasuutari considera que há nesta conceção uma considerável tendência para o *construtivismo social*, no sentido em que o objetivo da pesquisa não é repetir as *verdades* consolidadas mas pô-las em causa, encontrando novos ângulos que expandam os discursos científicos sobre os fenómenos sociais. O autor escreve, ainda, que fazer pesquisa em áreas de

fronteira disciplinar acarreta que seja o ato de fazer pesquisa a determinar a aprendizagem. Aprende-se a fazer pesquisa, fazendo pesquisa, o que não invalida o pré-requisito de uma sólida formação teórica e metodológica, acrescida de uma constante autorreflexão e reflexão sobre o mundo.

Estes pressupostos fundamentam a abordagem científica e metodológica da *Análise dos Media*, que visa, por meio de procedimentos rigorosos, explicar e compreender os fenómenos, produtos e efeitos dos *media*, desmistificando o conhecimento de senso-comum.

## 2. A *Análise dos Media* no âmbito da teoria social

Nesta fase, procura-se discorrer sobre a *Análise dos Media* no âmbito da teoria social. Convém especificar que os estudos sobre os *media* incidem sobre os fenómenos mediáticos que decorrem da atividade dos meios de comunicação, dos contextos externos e internos que determinam a sua atividade, bem como da formação dos profissionais e da competição entre os diferentes sistemas sociais (McQuail, 2003). Assinala-se ainda que os impactos resultantes das atividades dos meios de comunicação estão substancialmente dependentes das características de cada meio e das suas propriedades de interatividade. Cada meio de comunicação, cada dispositivo, apresenta particularidades inerentes à sua funcionalidade, à tecnologia que incorpora e aos públicos a que se dirige, determinando formas de expressão específicas, condicionadas quer pelas características tecnológicas do meio, quer pelos públicos/consumidores aos quais se dirige (Bennett, Slater e Wall, 2006). Por exemplo, numa perspetiva histórica, a imprensa dirige-se a um público alfabetizado, oferecendo uma informação mais aprofundada; a rádio tende a ter uma informação mais condensada e a desenvolver, separadamente, rubricas relativas a determinados temas. Já a televisão procura os diretos e a informação de última hora ao mesmo tempo que, através de líderes de opinião reconhecidos pela sociedade, pressupõe o aprofundamento de determinadas temáticas enquanto, nos jornais *online*, a interatividade e o imediatismo são valorizados e a informação surge como algo em constante mutação.

Acresce ainda que os meios de comunicação são empresas, públicas ou privadas, sujeitas a cadernos de encargos que estipulam direitos e deveres. Estas

empresas, que visam o lucro, ou pelo menos (como nos meios públicos) não provocar prejuízos, têm estratégias próprias de atuação, nomeadamente, no mercado mediático e publicitário. Recuperando McQuail (1992: 142), os *media* inserem-se na sociedade e encontram-se sujeitos a pressões políticas, económicas e sociais. No domínio da política, convém salientar que os meios de comunicação em Portugal funcionam dentro de um quadro legislativo, definido pelo Estado e pela União Europeia, que regula as concessões e promove a regulação e a autorregulação. Dentro de um enquadramento económico, os meios estão sujeitos a pressões financeiras, a estratégias de fusão nacionais e internacionais, bem como a mudanças estruturais que decorrem dos desenvolvimentos tecnológicos, nomeadamente dos avanços das telecomunicações e do digital. Não são ainda de desprezar as pressões decorrentes da concorrência, do excesso de oferta no mesmo segmento mediático e da partilha de mercado publicitário. Na área social, os *media* dependem das audiências, mas estas estão vinculadas a fatores sociais estruturais, tais como a cultura, a escolaridade, a participação cívica e política dos cidadãos. Estes componentes sociais condicionam a qualidade e a análise dos *media*, não só numa perspetiva interna (qualidade dos profissionais e da programação) como externa (expectativas das audiências e consequente oferta de publicidade). Por sua vez, estes contextos mediáticos e os temas abordados nos *media* determinam a necessidade de enquadramentos teóricos e de estratégias advindas respetivamente da teoria social e da pesquisa social.

Aprofundando a definição inicialmente apresentada, a teoria social surge como um sistema que interrelaciona abstrações ou ideias, sintetizando e organizando conhecimento sobre o mundo social. A teoria social fundamenta-se na história do pensamento social clássico que, para Holton (2002: 23-49), nasce quando a reflexão sobre a sociedade se autonomiza da filosofia social e política, estabelecendo uma agenda agregada a grandes acontecimentos, como a Revolução Francesa e a Revolução Industrial. Segundo este autor, a teoria social clássica incorporou, desde o século XIX, um pendor crítico que fundamentou determinadas correntes de pensamento e certas formas de organização social. Holton considera ainda que a teoria social clássica esteve sempre em tensão, entre valores modernos e valores tradicionais, sendo que as principais preocupações dos teóricos clássicos europeus, tais como Karl Marx, Émile Durkheim, Max Weber e Georg Simmel oscilam e combinam valores modernos, como ciência, razão,

liberdade individual, com um património concetual profundamente enraizado no desejo conservador da ordem. Já a teoria social clássica norte-americana (finais do século XIX e século XX) estava, segundo o mesmo autor, menos asente em noções conservadoras de ordem social e mais ligada ao secularismo e ao individualismo moral, bem como a aspetos específicos do funcionamento de comunidades e grupos, como os trabalhos desenvolvidos por George Mead e Robert Park e os que tomaram corpo sobre questões da imigração, papel da etnia e relações étnicas.

Na perspetiva de Neuman (2007: 24-25), a teoria social clássica, a que se chama história do pensamento sobre a sociedade, não deve ser confundida com a conceção atual da teoria social, a qual segue um percurso predominantemente indutivo, dos fenómenos sociais para a explicação ou inovação teórica, recorrendo contudo às teorias, conceitos e modelos da teoria social clássica. Sem a fundamentação que a teoria social clássica proporciona, os fenómenos sociais tendem a ser explicados através de ideias ou princípios que radicam na autoridade de instituições (ex. a família, a escola, a igreja, o exército, o estado, os *media*) com graus diferenciados de legitimidade e poder; na tradição fundada em usos e costumes ancestrais; no senso comum que, por vezes, contém, imbuídos, contradições e preconceitos e, por fim, nos chamados mitos construídos pelos *media* e o jornalismo.

Para esse autor, a forma como se compreende hoje a teoria social determina duas abordagens à realidade empírica social. A primeira abordagem é dedutiva e parte de um enquadramento teórico específico e de um conjunto organizado de conceitos para a formulação de hipóteses que serão validadas após a coleta e a análise de dados. A abordagem indutiva parte da análise dos dados empíricos recolhidos para a formulação de conceitos e a construção de uma teoria. Assim, na análise dos fenómenos dos *media* tanto se pode partir de um determinado enquadramento teórico para explicar um fenómeno, como partir da observação dos fenómenos para a construção ou verificação de teorias e conceitos.

Por exemplo, seguindo um percurso indutivo na análise dos resultados de uma eleição política, parte-se dos dados que denotam uma grande percentagem de abstenção no eleitorado para a interpretação deste fenómeno à luz de teorias políticas. Já num percurso dedutivo, parte-se das teorias políticas para a análise do fenómeno da abstenção eleitoral.



A teoria social apresenta três paradigmas ou abordagens principais — positivista, interpretativa e crítica — que implicam determinados enquadramentos teóricos, grupos de conceitos ou técnicas de pesquisa. A perspectiva positivista na teoria social assume que a realidade social é feita de fenómenos que podem ser medidos de forma objetiva com base em análises estatísticas fundamentadas em teorias experimentais de causa-efeito. O positivismo atribui um grande valor ao princípio de replicação — capacidade de uma pesquisa poder ser repetida e chegar a resultados semelhantes — considerado o teste final de validação de uma teoria. Implícita ao paradigma positivista está a ideia de que a análise, por diversos investigadores dos mesmos factos, com recurso às mesmas técnicas, determina resultados semelhantes. Nesta abordagem, privilegia-se a ideia de que o mundo real existe para além dos sujeitos pensantes, os quais devem eliminar o subjetivismo e empreender a recolha regular de evidências, dentro do princípio de que um bom conhecimento empírico resulta da correspondência entre as evidências descritas e interpretadas e o mundo que “está lá fora”. A maior parte das pesquisas positivistas em teoria social são quantitativas, tais como as sondagens e os estudos de audiências, bem como estudos estatísticos de análise de conteúdo de textos ou grandes massas de documentos.

A abordagem interpretativa tem uma perspectiva diferente do positivismo, considerando que a teoria social deve afastar-se das ciências naturais, evitando os estudos quantitativos e estatísticos e respeitando a especificidade da vida e da sociedade humana. Trata-se de uma análise qualitativa e de uma visão construtivista da realidade, em que a evidência é sempre determinada pelos sujeitos e onde a interpretação decorre dessas subjetividades. Neste sentido, as ideias (teorias) e a experiência (codificada pelas linguagens) estruturam a forma como se acolhe e interpretam os fenómenos, sendo o conhecimento, simultaneamente, o resultado de um processo cognitivo interno — em que se decide sobre o que pensar — e dos dispositivos teóricos e metodológicos utilizados na reflexão sobre um assunto, tema ou fenómeno.

A terceira linha de investigação tem a sua origem nas universidades alemãs, dentro da tradição filosófica e humanística da teoria crítica, que se debruçou sobre os impactos das indústrias da cultura na sociedade ocidental, e proliferou sob diversas formas nas abordagens teóricas aos *media*. As teorias críticas expandiram-se dentro de um quadro metodológico fundado na hermenêutica

e no recurso a métodos advindos da sociologia geral, marxismo, psicanálise, semiótica, análises textuais e teoria feminista. Os métodos mais utilizados são as análises de conteúdo e do discurso. Inseriram-se nesta linha os estudos e as pesquisas desenvolvidas pelos estudos culturais britânicos e posteriormente anglo-saxónicos.

A *Análise dos Media* recorre, por um lado, à teoria social, por outro, aos estudos sobre os *media* (*Media Studies*) e o jornalismo desenvolvidos desde do final do século XIX e início do século XX nas universidades e centros de investigação dos países ocidentais. Os estudos sobre os *media* e o jornalismo têm uma história que está vinculada tanto às correntes e paradigmas das ciências sociais e humanas como aos estudos sobre a comunicação de massa. Segundo Jensen e Jankowski (1991) constituem parâmetros teóricos e metodológicos para os estudos sobre os *media* e o jornalismo o positivismo, a tradição humanista da hermenêutica e da interpretação, as teorias culturais, a teoria crítica marxista, a sociologia geral, os estudos culturais, bem como a antropologia e a psicologia. A partir dos anos trinta do século XX, os estudos sobre a comunicação de massa legitimaram parâmetros metodológicos específicos para os estudos sobre os *media* e o jornalismo, tendo como objeto de estudo preferencial a produção das notícias e os efeitos nos seus públicos/audiências.

Neste ponto, convém esclarecer que a *história dos sistemas de comunicação* como nota Schudson (1991) deveria ser desenvolvida no sentido de se compreender a relação entre os indivíduos, a comunicação, a comunicação *mass media* e as instituições mediáticas. O autor observa que, normalmente quando se fala de comunicação, inclui-se três níveis de estudo de história que determinam a utilização desse conceito. Num primeiro nível, está a *macro-história* que se debruça sobre as relações entre os meios de comunicação (os processos e técnicas de comunicação humana) e a evolução da humanidade. Num segundo momento, que designa a *história propriamente dita da comunicação*, Schudson (1991: 177) integra as relações entre *media* e a cultura, a política, a economia e a história social. Comparando os dois níveis explica que, enquanto a *macro-história* está interessada somente naquilo que a comunicação nos diz sobre a natureza humana, a *história propriamente dita* explora as relações com a sociedade, ou o que a sociedade nos diz sobre comunicação, ou ambas as dimensões. O terceiro tipo de história da comunicação seria a *história institucional*, na qual se inclui

isoladamente o desenvolvimento dos meios de comunicação, tais como a história da linguagem e outras histórias de meios, como por exemplo a imprensa ou o cinema.

A utilização dos termos comunicação, comunicação *mass media* e *media* está diretamente vinculada às perspectivas e abordagens teóricas anteriormente enunciadas. Esclarece-se, assim, que a perspectiva que fundamenta a *Análise dos Media* se prende com as interrogações sobre a capacidade de os meios de comunicação moldarem a mente humana, construírem e formarem (ou formatarem) indivíduos, organizarem o tempo e o espaço, criarem a noção de público, apresentarem conceitos e experiências de política e de sociedade, tornando-se numa linguagem universal, pela qual cada povo compreende e vivencia o mundo.

Neste sentido, há uma estreita relação entre a teoria social, entendida como história do pensamento social ocidental, e os estudos sobre os *media* e o jornalismo. Em torno desta relação existe uma substancial literatura que, segundo Curran, Gurevitch e Woollacott (1995: 11-29), se centraria preferencialmente em questões relativas ao poder dos *media*. Esta literatura segmentada em duas orientações antagónicas, liberal-pluralista e marxista — a primeira mais direcionada para estudos empíricos e a segunda para questões teóricas — poderia ser sistematizada, num primeiro momento, em torno de quatro grandes abordagens: relações e papel das estruturas institucionais; economia política das instituições mediáticas; ideologia profissional e práticas de trabalho e interação das instituições dos *media* com o ambiente sociopolítico. Em desenvolvimentos posteriores, nomeadamente dos finais dos anos setenta e década de oitenta, os estudos sobre os *media* e as relações com a teoria social incidiram nos conteúdos das mensagens e nos seus efeitos sobre os cidadãos menos escolarizados e mais fragilizados. Com este foco, para além das teorias de raiz marxista, foram mobilizadas novas aproximações teóricas, tais como os estudos estruturalistas direcionado para os *media* que, segundo os autores anteriormente referidos (Curran, Gurevitch e Woollacott, 1995: 23), incorporaram diversas contribuições, tais como a linguística de Saussure, a antropologia estrutural de Lévi-Strauss e a semiótica de Roland Barthes, com o objetivo de analisar os sistemas e processos de significação e representação. A esta abordagem seguiu-se a que colocou no centro das preocupações aspetos da economia política dos *media*, evidenciando os processos de monopolização da fabricação de conteúdos, o papel apaziguador

de conflitos entre classes, bem como as pressões sofridas pelos profissionais em benefício do aumento do lucro das empresas por meio do aumento das audiências. Se as anteriores abordagens tinham algumas dificuldades em definir-se metodologicamente, utilizando ora a via empírica ora a especulação hermenêutica, esta última corrente privilegiou os estudos empíricos, embora os tenha associado a conceitos de raiz marxista, tais como ideologia, classe e poder.

Uma outra corrente de trabalhos sobre os *media* teve enorme importância na relação que estabeleceu com a teoria social. Trata-se dos estudos culturais (*Cultural Studies*) sobre os *media* que tiveram a sua origem nos estudos críticos literários nascidos no *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS) em Birmingham. Segundo Dahlgren (1997: 48-64), foram muitas as perspectivas conceituais e metodológicas integradas no Centro a partir da sua fundação nos anos cinquenta, onde participaram grande número de investigadores afetos à *New Left*, movimento de raiz marxista. O mesmo grupo, e sobretudo Richard Williams (1958), iniciou uma abordagem inovadora aos *media*, tomando-os não apenas como instigadores de transformações culturais, mas também como emissores de textos onde se encontram presentes valores históricos e emergentes indicadores culturais. Nos anos sessenta, em função dos desenvolvimentos da linguística e da semiótica, o Centro vai abandonando as análises sociais mais marcadamente marxistas para se dedicar às análises do discurso. Para muitos destes investigadores, a linguagem é simultaneamente um mediador da produção de sentido e um sistema de significação, contendo, refletindo e repondo as relações de significação e poder, presentes nas práticas culturais quotidianas. Neste sentido, a análise dos discursos inerentes a determinados grupos sociais (por exemplo, das mulheres, das minorias étnicas, dos operários) e os discursos dos *media*, nomeadamente os da imprensa, da publicidade e da televisão, tornam-se fundamentais para compreender as relações entre cultura e sociedade. Nos finais da década de sessenta e nos meados da década de setenta, o Centro incorpora, por diversas vias, a perspectiva antropológica e sociológica, do interacionismo da Escola de Chicago e a noção de hegemonia advinda de Gramsci. As duas perspectivas serão articuladas por projetos no terreno, fundados em metodologias de carácter etnográfico, preocupados em inventariar, analisar e interpretar as formas de comportamento de diversos grupos face à cultura dominante.

Bennett (1995: 30-55) traça um quadro mais aprofundado sobre a relação entre a teoria social e as teorias sobre os *media*. Para este autor, esta relação é perceptível nos dilemas conceituais e terminológicos dos estudos sobre os *media*, quando se utiliza indiscriminadamente conceitos como *massa*, *públicos*, *audiências*, *comunicação de massa*, *estudos sobre os mass media*, *teorias da comunicação de massa*, *teorias da comunicação*, *media studies* ou outros termos/conceitos similares. Cada um destes termos tem uma genealogia própria que adquire, nos estudos sobre os *media*, um sentido operacional universalizante, sem contudo deixar de determinar as orientações teóricas das investigações que as utilizam. Partindo das terminologias mais difundidas, Bennett (1995) busca mapear os seus mais proeminentes autores, bem como as teorias sociais que lhe deram origem. Neste percurso, identifica um conjunto de autores que teria contribuído para o desenvolvimento das teorias sobre a sociedade de massa, por exemplo, os teóricos da cultura Matthew Arnold, Frederich Nietzsche e Ortega y Gasset; os teóricos políticos John Stuart Mill e Alexis de Tocqueville; os estudiosos da massa e da psicologia da massa como Gustave Le Bon, Hannah Arendt e os sociólogos Pareto e Mosca. Ressalta, igualmente, o papel dos escritos dos fundadores da sociologia clássica, tal como Durkheim, na perspectiva da dissolução das formas tradicionais de sociabilidade e Weber, no que concerne à teoria da ação, papel do indivíduo e métodos de pesquisa. Bennett evidencia, ainda, que este mapeamento na Europa conduz à identificação de tendências teóricas especulativas, tais como as abordagens fundadas nas teorias marxistas e na Escola de Frankfurt, centradas nos impactos culturais das indústrias culturais e dos *media* na sociedade. Por outro lado, nos Estados Unidos, o foco é fundamentalmente sociológico e político, refletindo a visão predominante positivista e empirista da cultura científica norte-americana (Bennett, 1995: 39).

Todos estes estudos encontram-se, desde o início, muito vinculados ao desenvolvimento tecnológico dos dispositivos mediáticos e aos seus potenciais efeitos na sociedade. Nestas investigações, o meio imprensa, que teve origem no século XVIII, surge como sustentáculo da democracia e meio de expressão pública dos cidadãos, promovendo, através da proliferação de jornais e de linhas editoriais, uma esfera pública burguesa, participada pelos cidadãos esclarecidos e influentes (Habermas, 1984). No início do século XX, a imprensa popular, nomeadamente os jornais e panfletos editados pelos sindicatos, e as revistas

direcionadas para jovens e mulheres, estiveram sobre severo escrutínio dos intelectuais, que olharam estes meios de massa ora como subversivos e potenciais destabilizadores da sociedade, ora como integrantes de uma cultura popular e de massas (Angenot, 1982). Nos anos vinte do século XX, o desenvolvimento da rádio e as técnicas de publicidade e propaganda, associadas a regimes políticos autoritários e totalitaristas na Europa, originaram um conjunto de estudos e reflexões sobre a cultura de massas e as transformações que estas operaram na cultura ocidental, nomeadamente dos autores que integraram a Escola de Frankfurt. Ao mesmo tempo, a rádio e a publicidade tornaram-se um campo de estudos, empírico e experimental, nos Estados Unidos, onde se desenvolveram pesquisas sobre opinião pública e de mercado — por exemplo, Lazarsfeld, Berelson e Gaudet em 1944 — e os seus efeitos na sociedade, por exemplo, as pesquisas de Klapper em 1960, sobre a formação do gosto popular.

O advento da televisão nos anos cinquenta e a expansão que alcançou nas décadas posteriores fizeram aumentar, em alguns segmentos da sociedade, os receios sobre o poder dos *media* e os seus potenciais efeitos transformadores nos indivíduos e nas sociedades (ex. Hogart, 1957; Williams, 1974). O desenvolvimento de novas tecnologias de informação e comunicação, o surgimento da internet e a multiplicação de novos dispositivos mediáticos reforçaram um clima contraditório face aos efeitos, usos e consumos dos *media*. Se Umberto Eco nos *Apocalípticos e Integrados* (1986) sublinhara, na década de oitenta, esta tensão, na década seguinte, aumentaram as suspeitas sobre a “manipulação” e a censura dos conteúdos e da informação, perpetradas pelos estados, governos, empresas e grupos de interesse (Chomsky, 2002; 2004). Mas, em simultâneo, acentuaram-se as “esperanças” sobre as potencialidades de os novos dispositivos serem utilizados em favor da cidadania e do aprofundamento da democracia (Jenkins, 2006).

Convém referir que a convergência é um processo que decorre do desenvolvimento das tecnologias e da digitalização, levando a que as características físicas distintivas dos *media* deixem de fazer sentido. Este movimento veio alterar o paradigma mediático, que tendia a individualizar os *media* através das especificidades dos dispositivos e da conceção de um emissor todo-poderoso. A convergência tem levado à reestruturação da indústria da informação, da comunicação, de conteúdos e de telecomunicações.

Hartley (2002: 60) afirma que a convergência está a interligar estas indústrias por meio das redes digitais. Como refere Castells (2003: 476), a sociedade em rede articula redes de produção, de poder e de experiência que constroem a cultura do virtual nos fluxos globais, transcendendo o tempo e o espaço. Neste fluxo globalizado e ininterrupto, saturado de informação, imagens e comunicação, os interesses de produtores e consumidores alteraram-se e hibridizaram-se vertiginosamente. Ao mesmo tempo, as dinâmicas destes fluxos tendem a originar uma nova lógica de produção e receção de conteúdos, com relações cada vez mais complexas entre os *media* corporativos e a cultura participativa (Jenkins, 2009: 325).

Estas alterações, que envolvem contradições e tensões, põem em causa a tradicional conceção dos *media* como esfera pública de debate (Habermas, 1984), apontando ora para um espaço público condicionado e *manipulado*, ora para um espaço público globalizado, participado por todos aqueles que têm acesso à internet e às redes sociais. Na ótica da primeira perspetiva, o espaço público surge pautado por relações desiguais entre emissores, todo-poderosos, e cidadãos com acessos e formas limitadas de expressão (Dhalgren, 1997). O jornalismo é acusado de estar ao serviço dos poderosos e incorporar estratégias de entretenimento e espectacularização, optando por *soft news* em detrimento das *hard news* (Capella e Jamieson, 1997; Edelman, 1998; Esser, 1999; Patterson, 2003). Porém, ao mesmo tempo surgem tendências reformadoras que visam incentivar a responsabilidade social dos *media*, através do jornalismo cívico (Eksterowicz e Roberts, 2000; Eksterowicz, Roberts, Clark, 2000) e da promoção dos meios de comunicação alternativos (Atton, 2002; Couldry e Curran, 2003). Estes movimentos, que acreditam no espaço público alargado e participado, pretendem não só estabelecer a credibilidade dos *media*, aproximando o jornalismo das preocupações dos cidadãos e diminuindo o cinismo das coberturas jornalísticas sobre assuntos políticos, mas também explorar novos espaços dos *media*, fomentando a participação dos cidadãos, nomeadamente na internet e nas redes sociais.

Estas mudanças decorrem das alterações do modelo económico e social vivenciadas na década de oitenta, com a expansão do mercado global e o avanço do capitalismo liberal. Nesse período, e na Europa, a privatização e desregulamentação dos *media* criaram um mercado concorrencial de televisão, sustentado pela publicidade, que pôs em causa o modelo de serviço público e os custos

inerentes à sua manutenção (McDonnell, 1991; Tracey, 1998). A partilha dos mercados publicitários e a ausência de estratégias que constituíssem uma alternativa às propostas dos operadores privados, fizeram com que, em muitos países, nomeadamente no Sul da Europa, o serviço público de televisão restringisse as suas funções, privilegiando o entretenimento em detrimento da informação plural.

A crescente concentração da propriedade dos *media*, associada à globalização da informação e ao acesso generalizado a conteúdos globais, dá origem a um conjunto de reflexões sobre o poder dos *media* e a sua subordinação aos interesses do capitalismo globalizado (Curran, 2002). As diretivas do Conselho Europeu (2000), integrando a informação e a comunicação nos direitos fundamentais e as instituições reguladoras entretanto criadas, procuraram disciplinar as atividades dos *media* no sentido de conciliar uma atividade de mercado com o respeito pela cidadania e pela democracia.

Recorda-se que o Serviço Público de Televisão (*Public Service Broadcasting*) foi criado em 1926, no Reino Unido, ligado à BBC (*British Broadcasting Corporation*), sendo que o seu sistema de programação serviu de modelo para iniciativas semelhantes no espaço europeu. O objetivo foi disponibilizar um serviço televisivo igual a todos os cidadãos, através da oferta de uma programação generalista, independente face ao Estado e aos privados, assente na trilogia informar, formar e entreter.

O serviço público de televisão enfrenta, desde os anos 80/90 do século XX, grandes desafios nomeadamente face à sua viabilidade económica e a otimização de gestão. No início do milénio, a expansão da televisão por cabo, os novos dispositivos digitais e a tendencial universalização do acesso à internet nos países ocidentais vieram colocar novos desafios à informação e à participação democrática. Se, por um lado, surgem novas formas de condicionar a aproximação dos cidadãos à informação considerada estratégica — como aconteceu nos Estados Unidos após o 11 de setembro de 2001 e no momento da invasão do Iraque através do *Patriot Act* (26/10/2001) — por outro, observam-se fugas sistemáticas como as promovidas pelo portal *WikiLeaks* em 2010.

A abundância de meios de comunicação e de informação disponível originou diversas leituras sobre o papel dos *media* na esfera pública que James Curran (1997: 27-56) sistematizou em quatro abordagens teóricas: a liberal; a crítica; a comunista e a democrática radical. Na abordagem liberal, Curran enfatiza o



desenvolvimento do espaço público ancorado na liberdade de imprensa e na vigilância dos meios de comunicação, sobretudo dos meios noticiosos, sobre governantes e políticos. Esta corrente teórica pressupõe a existência de um mercado livre e o cumprimento de normas éticas por parte de empresas midiáticas e dos seus profissionais, estando as instituições e os seus agentes sujeitos a mecanismos de autorregulação. Neste contexto, o entretenimento proporcionado pelos *media* tende a reger-se pela lei da oferta e da procura. Para o mesmo autor, na abordagem crítica, de raiz marxista, os teóricos tendem a olhar os *media* como instrumentos e representantes de interesses capitalistas, exercendo um controlo opressivo sobre as classes mais desfavorecidas. Neste ambiente, o entretenimento e a informação proporcionados pelos *media* inclinam-se a favorecer o capital e a manipular os indivíduos, enquanto os profissionais dos *media* e os jornalistas são compelidos a privilegiar os interesses desses grupos em detrimento da ética profissional. Curran discorre ainda sobre a conceção comunista dos *media* que os entende dentro de uma lógica de *serviço e doutrinação partidária*, promovendo o desenvolvimento através da educação e da razão. Dentro desta corrente, o entretenimento deveria constituir um tipo de formação do cidadão dentro dos ideais comunistas, sendo que as possibilidades de evolução do sistema se encontram na progressiva distanciação e autonomia face aos regimes políticos comunistas. Na conceção de democracia radical dos *media*, Curran referencia que estes devem constituir um espaço público de protesto, onde deverão estar representadas todas as tendências e opiniões da sociedade. Por meio dos *media*, a sociedade deve encontrar-se consigo própria e discutir as suas expectativas e ansiedades, o que só será possível pelo aprofundamento da participação pública e pela regulamentação do sistema mediático.

Esta sistematização das relações/funções dos *media* dentro dos sistemas políticos, atualiza anteriores análises propostas em meados dos anos cinquenta, num contexto de Guerra Fria. Siebert, Schramm e Peterson (1956) defenderam a existência de quatro teorias sobre a imprensa — teoria autoritária, teoria da liberdade de imprensa, teoria do comunismo soviético e teoria da responsabilidade social — fazendo corresponder a cada uma delas, não só determinados momentos históricos, como formas de organização e comunicação entre grupos. Extrapolando estas quatro teorias ao conjunto dos *media*, McQuail (2004) reorganiza a proposta anterior, num contexto de desanuviamiento político entre

o bloco soviético e os países ocidentais, afirmando corresponderem a um conjunto de funções normativas agrupáveis sob as seguintes designações: teoria autoritária, teoria da responsabilidade social, teoria do desenvolvimento ou modernização e teoria da participação democrática. Hallin e Mancini (2004) propõem três modelos de análise, representando, cada um deles, um conjunto de países e regiões agrupados em função das suas afinidades culturais e políticas que determinariam, por sua vez, os padrões de desenvolvimento dos sistemas mediáticos reunidos da seguinte forma: North Atlantic ou 'Liberal' model (Estados Unidos, Canadá, Irlanda e Reino Unido); o North/Central European ou 'Democratic Corporatist' model (Alemanha, Áustria, Bélgica, Dinamarca, Finlândia, Holanda, Suécia, Noruega); e South Europe ou 'Polarized Pluralist' model (França, Itália, Grécia, Espanha e Portugal).

### 3. Estudos sobre os *media*: orientações metodológicas e conceitos

Como já foi anteriormente referido, os estudos sobre os *media* iniciaram-se no princípio do século XX e, evidentemente, integraram os paradigmas dominantes anteriormente referidos na teoria social: uma perspectiva positivista e funcionalista, fundada na observação, registo e quantificação dos fenómenos com vista ao seu tratamento estatístico e determinação de regularidades; uma perspectiva interpretativa e compreensiva que nega a quantificação e a estatística, privilegiando a observação empírica e a criação de teorias particulares com vista a propor novas formas de conhecer a realidade; uma terceira e última perspectiva que se insere na teoria crítica e que procura descodificar os diversos níveis de "realidade" social, assumindo que esta é plural e envolve disputas pelo "poder". A primeira corrente de estudos expandiu-se nos Estados Unidos, a partir dos anos trinta, em estreita ligação com os estudos de mercado e as intenções de voto dos eleitores americanos (ex. Lippman, 1922; Lasswell, 1927; Lazarsfeld, Berelson, Gaudet, 1944). A segunda linha de estudos surgiu no mundo anglo-saxónico, associada aos trabalhos sobre a comunicação interpessoal (ex. Mead, 1934; Watzlawick, Beavin, e Jackson, 1967), aos efeitos dos *media* na sociedade (ex. Klapper, 1960; McCombs e Show, 1972; Blumler e Gurevitch, 1975) e aos estudos das audiências (ex. Brunson, 1978; Morley,

1980; Moores, 1991). Esta orientação privilegiou as metodologias qualitativas, nomeadamente as pesquisas de campo, os vários modelos de observação e as entrevistas. A terceira linha de investigação tem uma tradição humanista e iluminista (ex. Adorno, 2003; Habermas, 1978; 1984; 1987; 1992; Horkheimer, 1976) e dominou o pensamento ocidental desde o início do século XX até meados da década de oitenta, mobilizando um argumentário crítico, concetual e teórico, na análise dos impactos do desenvolvimento tecnológico e das indústrias da cultura na sociedade ocidental. As teorias críticas expandiram-se dentro de um quadro metodológico fundado na hermenêutica e no recurso a métodos advindos da sociologia geral, marxismo, psicanálise, semiótica, análises textuais e teoria feminista. Os métodos de análise mais utilizados nos trabalhos empíricos que se debruçam sobre os *media* são as análises de conteúdo e do discurso.

Em função dos objetivos definidos pela investigação, a *Análise dos Media* pode centrar-se quer nos contextos de produção — por exemplo, sobre as empresas, proprietários, anunciantes — quer nos conteúdos — por exemplo, géneros jornalísticos e mediáticos — quer nos impactos sociais dos *media* na sociedade — por exemplo, estudos de audiências, efeitos cognitivos em segmentos de públicos específicos. Nos contextos de produção da análise deverão constatar princípios de economia e organização de mercado internacional e nacional, questões relacionadas com a legislação sobre os *media* e o acesso à propriedade, bem como cotas de mercado publicitário dos *media*. Os estudos podem incidir, por exemplo, sobre a propriedade dos *media*, sua inserção nos grupos nacionais e internacionais ou, ainda, podem investigar as cotas de mercado publicitário atribuídas pelos estados/governos a cada grupo ou empresa dos *media*.

As análises textuais exigem a identificação do meio de comunicação, a enunciação dos contextos de análise (tempo, espaço, dados de contextualização) e um conhecimento dos temas abordados. Estes trabalhos demandam, também, a identificação dos objetos a observar — por exemplo, se dizem respeito a textos escritos em papel, online, imagens ou sons — e uma tomada de decisão sobre o tipo de métodos a utilizar. Estes podem ser quantitativos ou qualitativos — com recurso à análise de conteúdo em todas as suas vertentes — ou à análise do discurso, a qual poderá ser realizada, por exemplo, dentro da linha francesa ou anglo-saxónica.

As análises sobre os impactos dos *media* na sociedade impõem o conhecimento dos contextos onde se insere a pesquisa. São estudos predominantemente interdisciplinares e transdisciplinares recorrendo, por isso, aos enquadramentos da teoria social. Estas investigações centram-se na propriedade e atuação dos *media*, nas utilizações destes pelos cidadãos, bem como nas formas como estes se relacionam, negociam ou se apropriam das mensagens e conteúdos. Com estes objetivos, são utilizadas metodologias quantitativas — como é o caso dos estudos de audiências e de sondagens — ou metodologias qualitativas, nomeadamente a observação etnográfica participante. Os grupos de foco podem ser utilizados quando se pretende investigar, em contexto, determinados grupos sociais. Os estudos de caso são também uma variante da pesquisa qualitativa, permitindo observar um determinado objeto em profundidade e, a partir dos resultados obtidos, inferir generalizações para fenómenos com características comparáveis. O recurso às análises textuais implica, também, a mobilização de um conjunto de teorias e metodologias, com vista à apreensão dos sentidos.

Neste sentido, alguns conceitos são igualmente estruturantes para a teoria social e a análise dos *media*, nomeadamente poder, ação social, classe, ideologia e sistema. Por exemplo, para a análise dos *media*, *poder* é um conceito estruturante na medida em que articula teorias e modelos da comunicação desde a formulação da teoria hipodérmica aos trabalhos desenvolvidos pelo Glasgow University Media Group entre os finais da década de setenta e os anos noventa. O conceito de *poder* emerge na sociedade como forma relacional entre indivíduos, grupos ou outras formações, em busca de uma posição objetiva de hegemonia. Nesta conceção, de inspiração marxista, os *media* são poder porque constituem uma força de produção que potencialmente espelha os interesses do capitalismo (ex. Chomsky, 1988; Bennett, 1992, 1998), por meio de discursos ideologicamente concertados (ex. Glasgow Media Group, *Bad News*, 1976). Thompson (1999: 25) identifica quatro formas de poder que se encontram associadas às instituições na sociedade: o poder económico, que controla os recursos materiais e financeiros e está adscrito às instituições produtivas, económicas e financeiras; o poder político inscrito nas instituições políticas e que pressupõe autoridade de governar e decidir; o poder coercivo que envolve o recurso à força física e armada e se encontra nas instituições coercivas, especialmente militares e, finalmente, o

poder simbólico que administra informação e comunicação e reside nas instituições culturais como as igrejas, a escola e os *media*.

Outras concepções de poder estão associadas aos estudos sobre as audiências ativas e à capacidade que elas teriam em negociar sentidos face às mensagens emitidas pelos *media*. Esta perspectiva recupera alguns aspetos do pensamento de Weber (1949), nomeadamente a ideia de poder como jogo de forças no interior de uma relação social, de legitimação do poder através de uma aceitação generalizada, fundada em mecanismos de desencorajamento e processos de comunicação persuasivos ou coercivos. O poder surge, neste contexto, como um fenómeno de interação, comunicação/informação, entre dois atores sociais coletivos, sendo que um obtém do outro um acréscimo de capacidade relacional. A estas reflexões seguem-se aquelas que identificam os *media* como apenas mais uma instituição social, com constrangimentos próprios e relacionais, sendo que o poder emergiria da negociação de interesses entre partes, mas sobretudo da sua função de denúncia e vigilância, como um *Quarto Poder* face aos poderes do Estado (Boorstin, 1971). As situações de seletividade e contingência, relativas às partes envolvidas, bem como um grau considerável de insegurança frente ao exercício do poder pelos *media*, estão presentes, também, no pensamento de Luhmann (1974). Para este autor, é necessário distinguir o poder, da obrigação, da coação e da violência, formas que demonstram a incapacidade e fraqueza do poder. Para além do mais, o poder é, na sua concepção, essencialmente um fenómeno ocidental e moderno, que implica a existência de pessoas (ou instituições) em ambos os lados da relação de comunicação, imbuídas de vontade e possuidoras de liberdade, interessadas em reduzir a complexidade através de ações orientadas em função de objetivos. Nesta aceção, o poder situa-se na família, nas igrejas, nas entidades económicas e empresariais e nos *media*. Ao contrário das interpretações marxistas, ou de ascendência marxista — que concebiam o poder associado à estratificação social e à hegemonia das classes dominantes — ou de autores como Mills — que atribuem o poder a uma elite constituída por aqueles que ocupam postos de direção — Luhmann afirma a existência de múltiplas interdependências geradoras de diversas fontes de poder na sociedade, elegendo os “poderes” como um meio de comunicação na sociedade.

*Ação social* é um conceito que fundamenta as teorias sobre os efeitos, as audiências e receção e permite refletir sobre o impacto e o papel dos *media* na

sociedade. Weber (1947) caracteriza a ação social como uma ação portadora de um sentido, advindo da representação que o ator faz da ação que está em vias de realizar. Isto quer dizer que o ator tem presente o propósito da ação, a situação no interior da qual tal situação se desenvolve, além dos motivos e das relações entre todos os elementos constituintes. A ação social implica, por um lado, a compreensão por parte do sujeito do sentido da sua ação e, em simultâneo, a compreensão da existência de uma interação com os outros atores. Por outro lado, muitas ações sociais perpetradas por indivíduos, com uma determinada intenção, podem resultar em ações sociais concretas dissociadas das intenções dos sujeitos intervenientes. A esta situação acresce que, em face de uma ação social determinada, é que se definem os valores, os quais comportam um enorme poder de transformação social. Esta reflexão está implícita em diversas correntes de estudos sobre os efeitos dos *media*, nomeadamente sobre os impactos da televisão e de outros dispositivos digitais na sociedade.

Associado ao conceito de poder e de ação social está a ideia de classe. Para a *Análise dos Media* este conceito é importante para entender as relações entre os emissores e os recetores e as teorias e modelos que lhes estão subjacentes. Os *Cultural Studies* britânicos (por exemplo, Stuart Hall e mais tarde Silverstone e Morley) e a sociologia da comunicação francesa trabalharam este conceito nos estudos empíricos que desenvolveram (Esquenazi, 2003). O conceito de *classe* é utilizado correntemente, desde o início do século XIX, como forma de oposição ao *status* (estatuto) herdado, envolvendo uma conceção de sociedade em constante mobilidade. As assimetrias e estratificações sociais geradas pelo capitalismo estão, no entender de Marx, na origem do conceito de classe e mais especificamente da luta de classes, que oporia aqueles que detêm os meios de produção, aos que nada têm. Nesta perspetiva, a classe social seria definida, provisoriamente, por critérios socioeconómicos (na medida em que é formada pelo conjunto de indivíduos que ocupam a mesma posição no processo de produção) mas tenderia a desaparecer à medida que se caminhasse para uma sociedade sem classes (Marx, 1974). Uma outra conceção de classe e sociedade é defendida por Tocqueville (1979) que, com base na sociedade americana, afirma ser a democracia o fator de maior igualdade e expansão das classes médias, impedindo a hegemonia dos ricos e favorecendo a mobilidade social.

Criticando Marx e aproximando-se de Tocqueville, Weber propõe a introdução de outros fatores sociais importantes para a definição de classe, nomeadamente a ideia de estatuto. Para este autor, o estatuto prende-se com o papel e a função social do indivíduo, com a hierarquia das representações, positivas e negativas, de prestígio e honra que lhe estão adstritas. Nesta perspetiva, considera que, nas sociedades democráticas, e igualitárias, há mais conflitos em torno da busca de estatuto, do que conflitos de classe. É importante sublinhar duas outras perspetivas sobre o conceito de classe: a conceção funcionalista de Durkheim (2004) e a conceção de Bourdieu (2006). O primeiro tende a perceber os conflitos de classe como relacionados com as contradições entre as aspirações culturais e as condições concretas de realização destas aspirações, enquanto o segundo vincula a noção de classe, quer à posição dos indivíduos na estrutura social, quer a práticas quotidianas, estruturantes, incorporadas, designadas *habitus*. Para Bourdieu (1994), é o *habitus* que assegura a coerência entre o individual e o coletivo, permitindo compreender como o homem se torna um ser social, no momento em que incorpora hábitos de classe e reproduz a ordem social estabelecida. A socialização é que determina a formação do *habitus* — conjunto de disposições duradouras que refletem a trajetória individual dos indivíduos, mostrando não só os comportamentos individuais e as suas escolhas, mas os modelos de comportamento e de decisão interiorizados no momento da educação — o qual demonstra como a reprodução social constitui a forma privilegiada de manter as desigualdades sociais.

*Ideologia e sistema* são ainda dois conceitos que cruzam a teoria social e as teorias da comunicação. A ideologia é compreendida como um sistema de significações, de representações e de valores próprios a um grupo social. Inicialmente percebida como ciência das ideias, a origem moderna deste conceito pertence a Karl Marx que lhe confere uma enorme amplitude, envolvendo grande parte daquilo a que se chama hoje cultura. Para Marx, ideologia abrange todas as manifestações e obras humanas, isto é a moral, a religião, a metafísica, o direito, a política, as ideias e a consciência que os homens têm das coisas. Estas tendem a refletir a racionalização que a classe dominante faz da realidade a partir da análise dos seus interesses (Rocher, 1989: 117-118). A Escola de Frankfurt e os seus herdeiros têm os conceitos de poder, classe e ideologia no centro da sua teoria sobre a sociedade e as indústrias culturais e, posteriormente, estes conceitos irão fundamentar áreas disciplinares dando origem a outras matrizes teóricas.

As teorias da comunicação que focam os efeitos dos *media* partem, também, da concepção de ideologia como um processo de interrelação entre os processos culturais e as cognições individuais e coletivas. Esta corrente tende a privilegiar a análise dos fenômenos e processos de comunicação, nomeadamente na ótica dos efeitos cognitivos dos *media* na sociedade, a médio e a longo prazo. São exemplo disto os estudos sobre o *agenda-setting* — que pressupõem a existência de uma relação direta de atenção entre os temas difundidos pelos *media* e a exposição a eles por parte dos públicos — e os estudos sobre a capacidade de os públicos negociarem cognitivamente os sentidos das mensagens no processo de receção (McCombs e Shaw, 1972; Traquina, 2000). Por outro lado, as análises textuais, que utilizam princípios fundados em correntes da linguística, têm, igualmente, como uma das preocupações centrais, a “descoberta” da ideologia subjacente aos textos e aos discursos.

Littlejohn (1988: 42-45), que aborda o *sistema* na perspetiva da comunicação, define-o como um conjunto de objetos ou entidades que se interrelacionam de forma a constituir um todo único. Os sistemas são compostos por partes, ou objetos, que pertencem a conjuntos, possuindo atributos e qualidades específicas, que mantém uma constante interdependência e interrelação entre si, pautada pelo ambiente onde se inserem. Caracterizam-se por revelarem um alto grau de hierarquização, o que se torna patente nos sistemas complexos, possuidores de inúmeros subsistemas orientados para finalidades específicas, mas controlados e autorregulados na sua totalidade. A noção de sistema penetra nos estudos sobre os *media*, por meio da teoria matemática de Shannon e Weaver, da teoria geral dos sistemas de Bertalanffy e da cibernética de Norbert Wiener (Matelart, 1997: 50-51). A cibernética de Norbert Wiener (1993) é a proposta que mais implicações diretamente acarretará ao estudo sobre os *media* na medida em que toma como objeto, não só a informação e os fenômenos de comunicação na natureza, como desenvolve conceitos como *feedback*, controlo da informação, *outputs* e *inputs*. Refere-se ainda que a cibernética levou diretamente ao desenvolvimento das teorias da comunicação nomeadamente aos estudos sobre os processos de informação e comunicação tecnológica, às análises sobre a sociedade da informação e da comunicação e ao desenvolvimento da Inteligência Artificial.

Muitos outros conceitos poderiam ser recuperados no sentido de estabelecer as interrelações entre a teoria social e a *Análise dos Media*, contudo, aqueles que



aqui se apresentaram parecem ser os que mais contribuem para a sua fundamentação, visto constituírem o alicerce da análise, teórica e metodológica, dos fenómenos mediáticos.

#### 4. A *Análise dos Media* e os estudos sobre os *media* e o jornalismo

Como se referiu anteriormente, a teoria social constitui o corpo de conhecimentos que permite o enquadramento dos fenómenos mediáticos, enquanto as teorias da comunicação e do jornalismo estruturam e fundamentam a *Análise dos Media*, por meio de instrumentos e ferramentas da pesquisa social e empírica. Esta interrelação teórica está consubstanciada nos manuais, *readers* ou obras de introdução às teorias da comunicação e do jornalismo que incluem capítulos dedicados a autores, temas e a escolas de pensamento da teoria social (ex. De Fleur, 1976; Lima, 1978; McQuail, 1983, 2003; Cohn, 1987; Crowley e Mitchell, 1994; Mattelart, A. e M., 1995; Bromley e O'Malley, 1997; Holmes, 2005). Em todas as obras, há referências à Escola de Frankfurt, nomeadamente a Adorno, Horkheimer e Benjamin e aos seus textos sobre indústria cultural, sobre o impacto nos indivíduos e na sociedade ocidental, bem como as alterações causadas na criação artística pelos novos dispositivos técnicos. Estão presentes ainda, nos manuais das teorias da comunicação, textos da sociologia sobre efeitos e formação do gosto, nomeadamente de Paul Lazarsfeld e Robert Merton. Um outro conjunto de textos, advindo das teorias semióticas e da análise do discurso, com especial saliência para os textos de Roland Barthes, Umberto Eco e Edgar Morin, que analisam as mensagens dos *media*. Observa-se, ainda, nesses manuais e *readers* de introdução às teorias da comunicação um conjunto de textos mais direcionados para o jornalismo e a notícia, com a apresentação de artigos de autores como David Manning White (teoria do *gatekeeper*), Warren Breed (sobre o controlo social da redação) ou Gaye Tuchman (sobre as rotinas jornalísticas) (Traquina, 1994).

Tal como afirma McQuail (2003: 5-6), nem sempre é fácil traçar uma fronteira entre as teorias dos *media* e a teoria social, na medida em que os *media* constituem uma instituição social que, manifestando regras e práticas próprias, se encontram integrados na sociedade. Por outro lado, as teorias da comunicação incorporam, aproximam-se ou fundamentam-se — de forma implícita ou explí-

cita — em determinados paradigmas e modelos sociológicos advindos da teoria social (Wolf, 1991: 17).

A *Análise dos Media* terá que ter em conta a complexidade advinda dos contextos e das temáticas abordadas mas centra-se na compreensão da produção, transmissão de conteúdos e efeitos dos sistemas mediáticos na sociedade. Esta abordagem entende a comunicação como um processo que se efetua no contexto de massa, envolvendo mensagens públicas oriundas de fontes organizacionais e transmitidas pelos meios de comunicação para grandes públicos ou audiências (Littlejohn, 1978: 18). Como referem Windahl e McQuail (2003: 13), na comunicação de massas o emissor faz parte de uma organização ou instituição muitas vezes com interesses diversificados, enquanto o recetor é identificado com os indivíduos isolados, que podem constituir grupos com determinadas particularidades, os quais são designados públicos ou audiências. Neste quadro, o canal surge como um dispositivo tecnológico difusor de conteúdos e sistemas simbólicos. Trata-se de uma perspetiva centrada na comunicação de massas e nas três componentes estruturantes — emissor, mensagem e recetor — o que confere um plano secundário aos estudos da comunicação inter e intrapessoal, bem como aos que visam estudar processos no interior de grupos e de organizações (Windahl e McQuail, 2003: 9-10).

A *Análise dos Media* não pode deixar de ter em conta todos estes níveis de comunicação na sociedade, na medida em que todos eles interferem e integram os processos de comunicação de massa. Exemplificando, quando se analisa um debate entre políticos nas televisões, não é possível ignorar os elementos de comunicação intrapessoal de cada político (a reflexão e características de representação do *eu*); os aspetos de comunicação interpessoal (por exemplo, a interdependência comunicativa, a perceção relacional entre os diversos participantes); as estratégias de comunicação de grupo (dentro de fações dos partidos) ou de instituições ou organizações partidárias e, finalmente, os processos de produção, formatação e condução jornalística dos debates nas televisões.

Historicamente, as teorias da comunicação de massas integram perspetivas de análise muito variadas, desde o início do século XX, desenvolvidas no interior da *Communication Research*. Estas teorias apresentam um conjunto de conhecimentos elaborados, envolvendo diversos níveis de sistematização e credibilidade, com o objetivo de explicar, elucidar e interpretar os fenómenos dos *media*.

Algumas constituem um conjunto coerente de conceitos, proposições e hipóteses a verificar ou validar — como as teorias crítica, dos efeitos e das audiências — outras são tendências de análise e reflexão sobre determinados fenómenos provocados pelos *media*, como a teoria hipodérmica. McQuail (2003) sistematiza as teorias da comunicação de massas em três grupos de teorias que interrelacionam os *media* e a sociedade. Um primeiro grupo privilegia as instituições e debruça-se sobre as funções das empresas e dos *media* na sociedade; um segundo centra-se nos efeitos e nas audiências e um terceiro discute o poder político e económico dos *media*.

Entre as teorias que se incluem no primeiro grupo estão as que têm uma perspetiva normativa e se debruçam sobre as funções e as atividades dos *media* enquanto instituições sociais. Por exemplo, traçam as trajetórias das instituições mediáticas, sobretudo da imprensa e do jornalismo, em contextos autoritários (teorias do autoritarismo), liberais (teorias da liberdade da imprensa), de democracia (teorias da responsabilidade social dos *media*), de democracias aprofundadas (teorias da participação democrática) ou ainda do desenvolvimento (teorias desenvolvimentistas) (Schramm e Rivers, 1970). Neste grupo, estão também as que privilegiam as empresas dos *media* e as suas funções, nomeadamente de seleção de informação (teorias do *gatekeeper*), agendamento (teorias do *agenda-setting*), da produção da notícia (teorias do *newsmaking*) e das rotinas de redação (teorias produtivistas) (Wolf, 1992).

No segundo grupo de teorias, estão as que se debruçam sobre os efeitos, tais como as teorias hipodérmica, *two step-flow*, persuasão e teorias críticas. Elas têm em comum o objetivo de aferir os impactos dos *media*, e dos conteúdos veiculados, sobre os indivíduos e a sociedade. Neste último contexto, são salientadas as análises das mensagens e dos seus conteúdos e suas respetivas metodologias e correntes teóricas. Já as teorias sobre as audiências procuram aferir as condições de receção e negociação das mensagens e aquilo que os indivíduos fazem com elas, através de metodologias predominantemente qualitativas. Entre estas últimas, estão as teorias sobre os usos e gratificação, as audiências ativas e aquelas que se centram na mediação de sentidos (Curran e Gurevitch, 2000)

O terceiro grupo de teorias foca-se no poder político e económico dos *media*. Na perspetiva política, estão em questão as teorias sobre a manipulação e a construção da realidade, as que discutem o espaço público e o interesse público,

assim como o papel dos *media* na globalização. Na abordagem económica, as teorias tanto incidem em dimensões macroeconómicas (por exemplo, concentração de empresas, conglomerados) como microeconómicas, tais como consumos individuais e estilos de vida. Se, nas primeiras teorias, o mais comum é a utilização de metodologias fundadas em estatísticas e em modelos matemáticos, no segundo grupo privilegia-se os estudos qualitativos e a observação.

Ao analisar os *media* deve-se ter em consideração que todas estas teorias são representáveis através de modelos — forma de representação simbólica de um fenómeno, processo ou ideia — o que permite apresentar “as realidades” sob formas gráficas e simplificadas. O recurso a modelos, na *Análise dos Media*, permite, num primeiro momento, organizar, ordenar e relacionar os elementos analisados e, em seguida, explicitar o percurso de descoberta e de recolha de informação. Nesta última aceção, os modelos constituem, também, uma proposta heurística de análise que faculta, simultaneamente, referentes para o desenvolvimento e representação da pesquisa. Convém observar ainda que os modelos incorporam e refletem a visão do mundo e os paradigmas em que foram elaborados, sendo por isso necessário contextualizá-los dentro das teorias sociais e da comunicação de massas.

Windahl e McQuail (2003) identificam oito tipos de modelos da comunicação de massa que classificam do seguinte modo: os modelos básicos; os modelos de influência pessoal, difusão e efeitos a curto prazo da comunicação de massas; os modelos que representam os efeitos da comunicação de massa na cultura e na sociedade; modelos centrados na audiência; modelos que configuram a organização, seleção e produção mediática; os modelos que apresentam a comunicação planificada; os modelos que descrevem os novos *media* e a sociedade da informação, e por fim, os modelos que visam a comunicação internacional.

Entre os modelos básicos referidos está o de Lasswell (1936), que constitui a fórmula mais comum de organização da investigação em comunicação, através das seguintes perguntas/respostas: Quem?/Emissor; Diz o quê?/Mensagem; Por que canal?/Meio; A quem?/Recetor; Com que efeito?/Efeito. Na primeira pergunta/resposta integram-se os estudos sobre o emissor, que focam o papel dos emissores singulares e/ou coletivos; na segunda, situam-se os estudos de conteúdo de que Lasswell foi precursor; na terceira pergunta/resposta localizam-se os estudos sobre o meio, nomeadamente características económicas, técnicas

e mudanças tecnológicas; a quarta envolve os estudos das características dos públicos e das audiências; na quinta e última pergunta/resposta ocorrem os estudos dos efeitos a curto, médio e longo prazo.

Com base neste modelo e nas premissas que envolve — assimetria entre emissor e recetor, intencionalidade na comunicação e nos conteúdos veiculados, audiências fragmentadas — torna-se possível discutir a investigação sobre os efeitos, conteúdos e receção. Nesta exposição, ressalta-se que este modelo nasceu no contexto das grandes guerras mundiais, direcionado para os estudos da propaganda e da comunicação política (Lasswell, 1927). Os desdobramentos deste modelo aprofundaram, ora os processos de transferência de informação — acentuando a dimensão unidirecional do processo — ora as características dos destinatários e a circularidade da informação através de *feedback* (Windahl e McQuail, 2003: 21-26).

Dentro dos modelos que se centram na representação da influência pessoal, a *Análise dos Media* deve dar especial importância ao modelo estímulo-resposta que está subjacente à teoria hipodérmica (Lasswell, 1927), bem como à teoria do *two step-flow*, ou modelo de fluxo em duas etapas, fundamentado nos trabalhos de Katz e Lazarsfeld (1955). Estes modelos são importantes para a realização de investigações sobre os efeitos dos *media* nos indivíduos e demonstram que muitas das premissas destas formulações teóricas entraram nas perceções do quotidiano sobre os efeitos.

A teoria hipodérmica fundamenta-se nos estudos comportamentais e sobre as multidões do final do século XIX, início do século XX. Não sendo propriamente uma teoria com conhecimentos empiricamente verificados e organizados, baseia-se sobretudo em sentimentos generalizados sobre os efeitos dos *media* em indivíduos atomizados. Este modelo e a análise que lhe está subjacente acentua a ideia do estímulo do emissor todo-poderoso e da sua capacidade em condicionar respostas, o que permite nos procedimentos de análise dos *media* compreender a necessidade de se efetuarem estudos empíricos com vista a comprovar concepções disseminadas como verdades irrefutáveis.

O modelo de *two step-flow* — que nasceu vinculado aos estudos americanos sobre a influência dos *media* nos processos eleitorais e nas decisões de voto — torna-se importante para as pesquisas que procuram analisar a formação da opinião pública. A exposição deste modelo permite chamar a atenção para a

persuasão seletiva do destinatário e a existência de líderes de opinião — aqueles que entre a população têm uma participação social, política e económica mais ativa — bem como para as formas de organização da mensagem. Este modelo promove ainda metodologias quantitativas, nomeadamente sondagens e inquéritos no sentido de aferir a opinião pública e metodologias de análise de conteúdo, com o objetivo de interpretar as mensagens veiculadas.

Outros modelos fundamentais para os procedimentos de *Análise dos Media* são os designados como agendamento (*agenda-setting*), aqueles que representam os *media* no interior de um campo de forças sociais e ainda os que se debruçam sobre os processos de seleção de notícias. Os modelos de agendamento são importantes para as pesquisas sobre os efeitos das mensagens nos públicos e fundamentam-se na ideia de que o conjunto de assuntos ou tópicos a que os *media* conferem mais importância são percebidos pelo público como mais importantes (McCombs e Shaw, 1976). Estas representações incorporam uma grande influência da sociologia do conhecimento, nomeadamente no que toca à representação e construção da realidade e valorizam os processos de significação centrados na acumulação (repetição e fixação da relevância de um tema), consonância (os traços comuns e as semelhanças entre tópicos e conteúdos são mais significativos do que as diferenças) e omnipresença (o saber público é publicamente reconhecido). Estes modelos são relevantes para as pesquisas que procuram analisar como determinados temas ou conteúdos são percebidos pelos públicos e como são veiculados pelos *media*. O primeiro modelo de agendamento foi aprofundado no sentido de clarificar os diferentes processos e efeitos do agendamento nos *media* noticiosos, nomeadamente as interações entre a agenda do público, a agenda política e a dos *media* (Rogers e Dearing, 1987).

Por exemplo, no modelo básico do agendamento, a análise pode centrar-se na forma como as medidas financeiras, exhaustivamente agendadas pelos *media* no ano de 2010 em Portugal, construíram, nos públicos, uma percepção única sobre a possibilidade de resolução dos problemas económicos.

Constituem igualmente parâmetros para as análises dos *media* os modelos que representam as organizações mediáticas e os constrangimentos a que estão sujeitos, tais como: os grupos económicos a que pertencem, os investidores, relações com os grupos de pressão e condicionantes políticas e de legislação. Nestes

modelos, surgem ainda como constrangimentos dos *media*, as fontes noticiosas, os financiamentos e as audiências. Não é possível, ainda, abstrair que os meios de comunicação são empresas que visam o lucro, dependendo de objetivos estratégicos, tecnologias disponíveis e de profissionais. A descrição destes modelos pretende evidenciar a sua habilidade em fundamentar pesquisas sobre os meios de comunicação e, por consequência, constituem-se como parâmetros para os procedimentos de *Análise dos Media*.

Para terminar, salientam-se os modelos do *gatekeepers*, vinculados às teorias do jornalismo e à seleção de notícias. Estes modelos representam o processo de seleção das mensagens ao longo de áreas de decisão (*gates*) até chegarem ao destinatário ou consumidor (Traquina, 1994: 134). Na análise da seleção das notícias, é necessário ter em conta as características inerentes às organizações, aos profissionais e ao valor notícia. Por exemplo, ao fazer uma pesquisa sobre os critérios de agendamento da corrupção na imprensa de referência, ou nos jornais televisivos do *prime-time*, é necessário considerar o tipo de meio e o seu público-alvo, as características dos profissionais e a cultura da redação, o que constitui valor-notícia ou, pelo contrário, poderá ser considerado matéria noticiosa descartável.

(Página deixada propositadamente em branco)



## II. DESENHAR UMA PESQUISA SOBRE OS *MEDIA*

Como foi anteriormente exposto, analisar os *media* exige a mobilização de um enquadramento teórico que permita interconectar sistemas, teorias, conceitos e ideias sobre o mundo social (Seale, 2006: 34; Neuman, 2007: 24). Ao mesmo tempo, estas reflexões apresentam-se como um instrumento de investigação social capazes de fundamentar metodologias de pesquisa científica e proporcionar explicações sobre acontecimentos do mundo (Turner, 2002: 2-18). Estendendo estas observações à *Análise dos Media*, sublinha-se que esta pesquisa incorpora de forma privilegiada uma componente de carácter social, com potenciais reflexos na qualidade dos conteúdos dos *media*, na qualidade cívica do trabalho dos profissionais dos *media* e no desenho e orientação de políticas públicas e de interesse público.

Entre os contextos mobilizados na *Análise dos Media* salientam-se sobretudo os de carácter económico, político e cultural (Thompson, 1999). Note-se que os estudos sobre os *media* se orientaram quer para a investigação teórica — por exemplo, focando as relações entre *media* e poder político — quer para a investigação empírica, por exemplo, analisando resultados de eleições, os efeitos das mensagens sobre determinados públicos e audiências. A *Análise dos Media* insere-se neste segundo tipo de investigação, sendo que a complexidade da pesquisa, nesta área, se deve, por um lado, à sua interdisciplinaridade teórica e metodológica (Lopes, 2010) e, por outro, a problemas derivados de dificuldades de acesso aos materiais a analisar, tais como documentos de imprensa, programas de televisão, rádio e *online*.

Em seguida expõem-se as diversas etapas de uma investigação empírica sobre os *media*, tendo como exemplo um hipotético projeto intitulado *cobertura*

*jornalística da corrupção política em Portugal*. A escolha deste *issue*, para exemplificar os procedimentos de análise dos *media*, serão posteriormente desenvolvidos, sendo que um dos objetivos desta análise é contribuir para a compreensão das dimensões e dinâmicas da cobertura da corrupção política em Portugal.

### 1. Dimensões contextuais: *Media*, Política e Metodologias

Considera-se que o desenho de uma análise sobre a *cobertura da corrupção política em Portugal* envolve três grandes conjuntos de saberes. Em primeiro lugar, os saberes relativos à composição do sistema mediático português, nomeadamente a organização das empresas dos *media* e as pressões e constrangimentos internos e externos a que estão submetidas. Ainda integram este primeiro conjunto de saberes as questões gerais de socioeconomia dos *media*, as teorias da notícia, os critérios de noticiabilidade, de agendamento e o acesso a fontes. Um segundo grupo de informações situa-se no campo da política e incluem conhecimentos acerca das tendências da comunicação política, formação da opinião pública, o papel do Estado e as relações dos *media* com a sociedade. Um terceiro e último conjunto de saberes abarca questões metodológicas gerais, que serão desenvolvidas ao longo da exposição.

A primeira dimensão contextual compreende o conhecimento adquirido sobre as teorias da notícia. Pressupõe-se, neste sentido, que estejam presentes as discussões teóricas acerca da notícia como reflexo/espelho da sociedade (Schudson, 1997); as perspetivas da notícia como ação pessoal (White, 1997); da notícia como construção da realidade (Tuchman, 1978); da notícia como reprodução dos interesses e da ideologia dominante (Hall et. al., 1993); da notícia como produto de interações sociais de diversa grandeza (Berkowitz, 1997) ou ainda a notícia como fruto de contextos profissionais determinados (Zelizer, 1993). Estas correntes de pensamento, os seus pressupostos e pontos de vista suportarão as múltiplas aceções do que se entende por cobertura jornalística mas, também, como se efetiva a cobertura jornalística da corrupção política.

Ainda deverão estar presentes os critérios de agendamento e de noticiabilidade (Whal-Jorgesen e Hanitzch, 2009) assim como os estudos sobre fontes e

acesso privilegiado a fontes (Berkowitz, 2009). Estes aspetos são chamados à colação no sentido de permitir avaliar as rotinas e critérios que levam a estabelecer valores-notícia aos fenómenos de corrupção política, bem como a qualidade e tipo de fontes que presidem a estas matérias jornalísticas. O conhecimento destes múltiplos enquadramentos teóricos permitirá uma melhor compreensão dos fatores que condicionam a cobertura jornalística da corrupção política.

Acrescenta-se ainda que as noções de socioeconomia dos *media* contribuirão, quer para estabelecer as hipotéticas interrelações entre padrões de cobertura jornalística e a cultura empresarial, profissional e política dos agentes envolvidos, quer para equacionar as relações com os contextos externos tais como a cultura democrática e a situação económica, social e política de um país (Blumler e Gurevitch, 2000). No âmbito dos micro-contextos, sublinha-se a subordinação da cobertura jornalística às rotinas profissionais (como os agendamentos prévios) e os constrangimentos gerados pelo tempo e pelo espaço, que tendem a criar dependências como, por exemplo, privilegiar determinadas fontes em detrimento de outras (Tuchman, 1978).

Pressupõe-se, também, que se tenham informações gerais sobre o campo dos *media* em Portugal, tais como cronologia e história do início dos operadores privados de televisão; características do sistema mediático português durante a ditadura e período da revolução do 25 de Abril de 1974. Devem estar presentes as transformações legislativas que se iniciaram nos *media* com a adesão de Portugal à União Europeia (UE), bem como as alterações geradas pelo início das atividades dos operadores privados (1992/1993) e da posterior introdução da televisão a cabo. Neste sentido, são informações relevantes as características dos grupos empresariais dos *media* portugueses, a internacionalização do setor, os seus interesses e atividades (Silva, 2004; Martins, 2006), os perfis de audiência da imprensa, rádio, televisão e *online* (Cardoso, Espanha, Araújo, 2009).

Outro conjunto de informações prende-se com a legislação sobre os jornalistas e os *media*, tal como o Estatuto do Jornalista, a legislação sobre a imprensa, a rádio e a televisão e o contrato de concessão geral de serviço público de televisão. É de ter em conta, ainda, os interesses e estratégias nacionais e internacionais das empresas de telecomunicações, bem como o papel dos reguladores, nomeadamente da Autoridade Nacional de Comunicações (ANACOM), que regula e supervisiona o setor das comunicações eletrónicas, e da Entidade Reguladora

para a Comunicação Social (ERC) que visa regular e supervisionar os meios de comunicação social.

Dados sobre telecomunicações e alterações tecnológicas com vista à implementação do digital são também ferramentas de interesse para a compreensão dos atuais desafios que se colocam aos meios de comunicação, nomeadamente a adoção da Televisão Digital Terrestre (TDT), a convergência entre plataformas e as consequentes alterações que produzirão nos perfis de espectadores e na forma de aceder, consumir e interagir em relação aos conteúdos (Jenkins, 2009).

A organização do sistema mediático português torna-se mais compreensível à luz do modelo de McQuail (2003: 252) que esquematiza as interrelações, constrangimentos e contextos na atuação dos *media*. O modelo tem a vantagem de identificar um conjunto de pressões externas e internas. Entre as primeiras, salienta-se as resultantes da abundância ou escassez da matéria-prima; o papel da legislação existente e as formas de controlo do Estado; a concorrência entre empresas e as dimensões de mercado; as estratégias empresariais e o perfil das audiências e públicos. Entre as pressões internas destaca-se o tipo de gestão e organização das empresas; a adoção e acesso a novas tecnologias; a qualificação e motivação dos profissionais.

A segunda dimensão contextual pressupõe noções sobre política, sistema político e organização política. Na política, subentende-se que se possa compreender que esta atividade envolve a gestão da coisa pública e tem como referência o Estado (Bobbio, 2004: 954). A ação política deve ser perspectivada como sistémica, isto é, como uma atividade que interrelaciona elementos estáveis, constituintes da estrutura, e elementos conjunturais que podem ser alterados em função de contextos históricos, económicos, sociais e políticos.

Subentende-se que a perceção dos sistemas políticos deva incluir as relações entre componentes políticos e organizações (por exemplo, formas e instituições de governação, legislação, regimes eleitorais ou opções constitucionais), bem como atitudes e valores adscritos a uma determinada cultura política, aos papéis dos agentes políticos, às orientações ideológicas, à cultura e ao carácter nacional dos políticos e dos governados. Subentende-se, também, que exista a compreensão das especificidades de cada país, independentemente das estruturas semelhantes de organizações, e a assunção de que estas peculiaridades configuram um padrão único de orientação para a ação política (Wiseman, 1971).

Para que seja possível identificar particularidades inerentes a cada sistema, é necessário que haja, da parte dos pesquisadores, um leque de informações sobre os contextos econômicos, sociais e políticos dos sistemas políticos ocidentais<sup>1</sup>.

Neste contexto, será conveniente recordar que o Estado inclui duas dimensões: uma dimensão abstrata como realidade concetual e uma dimensão institucional enquanto forma de organização política. A dimensão abstrata permite dissociar o poder de quem o exerce, originando um espaço público e um espaço privado. Convocam-se, então, os conhecimentos adquiridos no sentido de diferenciar o espaço público do espaço privado, lembrando que o primeiro se caracteriza como um lugar de formação das opiniões e das vontades políticas que garantem a legitimidade do poder, enquanto o espaço privado se distingue pela prevalência do domínio individual e íntimo. Lembra-se ainda que os *media* constituem uma extensão do espaço público e proporcionam, em regimes democráticos, uma comunicação tendencialmente democrata. Já a dimensão institucional do Estado refere-se à organização política e apresenta três componentes fundamentais, o povo, o território e poder político. O Estado institucional tem como finalidade garantir a existência de uma sociedade através da afirmação e defesa da identidade do grupo; proteção da ordem social; regularização de conflitos sociais e harmonização de interesses (Moreira, 1979). Pressupõe-se, ainda, que estes conceitos tenham sido objeto de reflexão à luz do contexto da formação da UE, nomeadamente no que toca à soberania dos estados e ao funcionamento dos *media*.

Convém ainda lembrar que, nas sociedades ocidentais de democracia avançada, os conceitos de opinião pública e de esfera pública e privada, adquiriram uma enorme importância na compreensão das transformações da política. Numa aceção abrangente, opinião pública envolve três sentidos complementares. No primeiro sentido, diz respeito à expressão pública de opiniões, opondo-se, assim, à expressão de opiniões em ambientes privados. Num segundo sentido, compreende a expressão da opinião de um público, isto é, a expressão da opinião

---

<sup>1</sup> Por exemplo, perceber os diversos contextos da ideia de democracia — tal como democracia liberal e democracia social — nos países que compõem a União Europeia e nos Estados Unidos. Ou ainda, poder distinguir o que é uma democracia representativa e uma democracia participativa, ou identificar as características de um sistema presidencial e de um sistema parlamentar.

de um conjunto significativo de cidadãos. Por último, o conceito define-se pelo seu objeto: a coisa pública. Para que se possa falar verdadeiramente da produção ou existência de uma opinião pública, estes três sentidos devem estar presentes.

Estas informações caucionam a compreensão sobre o papel dos *media* e dos jornalistas face ao Estado, aos sistemas políticos e partidários e à governação. Ao mesmo tempo, fundamentam a avaliação que os pesquisadores devem promover sobre a atuação dos meios de comunicação noticiosos na democracia, dentro da ótica da responsabilidade social na formação da opinião pública (Mesquita, 2003: 270-275).

Salienta-se ainda a importância das teorias que abordam as relações de poder na sociedade, principalmente aquelas que influenciam o pensamento sobre os *media* e o jornalismo. O conceito de poder emerge nas sociedades como uma forma relacional entre dois polos de interesses divergentes e articula os princípios de escassez e de gestão da abundância de bens materiais (Hartley, 2004). Siebert, Schramm e Peterson (1956) sistematizaram as relações entre o Estado, os *media* (no caso a imprensa) e os cidadãos em quatro tendências teóricas. Os autores, que escrevem num contexto de Guerra Fria, identificam quatro teorias sobre a imprensa (Teoria Autoritária, Teoria da Liberdade de Imprensa, a Teoria do Comunismo Soviético e a Teoria da Responsabilidade Social), atribuindo a cada uma determinadas características históricas, particularidades no relacionamento do Estado com a informação e os jornalistas, bem como procedimentos relativos à liberdade de imprensa ou censura. Extrapolando estas quatro teorias ao conjunto dos *media*, McQuail (2003: 71-92) reorganiza a proposta anterior, num contexto de desanuviamiento político entre o Bloco Soviético e os Países Ocidentais, propondo uma revisão das anteriores conceções e relações que agrupa recorrendo às seguintes designações: Teoria Autoritária, Teoria da Responsabilidade Social, Teoria do Desenvolvimento ou Modernização e Teoria da Participação Democrática. Estas abordagens, que têm raízes filosóficas e metodológicas díspares, constituem um enquadramento teórico e histórico necessário a este trabalho, permitindo descortinar o efetivo papel dos *media* e do jornalismo nas sociedades ocidentais.

A terceira dimensão contextual centra-se na recuperação de alguns princípios metodológicos, tais como conceito, teoria, paradigma, modelo, hipóteses e tipos de pesquisa. Assume-se que os conceitos são modos de entendimento

e de descrição indispensáveis à construção de raciocínios abstratos e teóricos, expressando ideias através de símbolos ou palavras que surgem sob a forma de símbolo (palavra ou termo) e uma definição (Neuman, 2007: 27; Silverman, 2006: 52). Enquanto as teorias surgem como um conjunto sistematizado de conceitos e de relações entre conceitos que se reforçam mutuamente e constituem a linguagem de uma ciência (Neuman, 2007: 27).

Os conceitos e as teorias articulam-se em hipóteses, isto é, proposições que devem ser testadas a partir de um pressuposto, de uma afirmação ou de uma proposição que deverá ser confirmada ou infirmada (Silverman, 2006: 52; Deshaies, 1997: 246). A ideia de paradigma surge em Kuhn (1970: 220) como uma constelação de crenças, valores e técnicas partilhadas pelos membros de uma comunidade determinada. São um misto de pressupostos filosóficos, de modelos teóricos, de conceitos-chave, de resultados influentes de investigações, constituindo um universo habitual de pensamento para os investigadores num dado momento de desenvolvimento de uma disciplina (Léssard-Hérbert, Goyette, Boutin, 1994: 19). Já os modelos apresentam-se como um conjunto de regras que regem a descrição ou explicação da realidade social, propondo a explicação da realidade (Silverman, 2006: 52).

Para terminar esta terceira dimensão contextual, convém ter em consideração que há três grandes abordagens na pesquisa: a pesquisa teórica ou básica, que visa contribuir para o aprofundamento teórico e concetual de uma perspectiva científica constituída e tem como propósito manter a lógica interna e o rigor do desenho metodológico consolidado; a pesquisa empírica que objetiva observar e coletar dados (fenómenos sociais) de forma controlada, tendo referenciais teóricos como parâmetros, e a pesquisa social, que tem como objetivo descrever e propor soluções para determinados fenómenos sociais, estando por esta razão associada a políticas públicas.

## 2. Justificar o objeto da pesquisa

Todas as pesquisas sobre os *media* e o jornalismo são à partida pesquisas interdisciplinares, que articulam conhecimentos sobre os meios de comunicação e um tema nele abordado — neste caso a *cobertura jornalística da corrupção*

*política* — envolvendo, por esta razão, saberes advindos de diversas áreas disciplinares. Estas pesquisas têm uma natureza empírica e visam observar e recolher dados de forma controlada, num *corpus* previamente delimitado (Neuman, 2007: 13). Há também em muitas das pesquisas sobre os *media* uma dimensão social convista a promover a investigação-ação. Assim, ao eleger-se como foco de análise a *cobertura jornalística da corrupção política*, assume-se a importância cívica não só deste *issue*, mas também do conhecimento que a análise destes fenómenos possa gerar. Saliente-se, neste aspeto, a capacidade de a análise dos *media* contribuir para a construção de bases de dados, nomeadamente sobre a corrupção política, bem como para o levantamento de tipos de corrupção política com maior visibilidade nos *media*.

A escolha para exemplificação do desenho de uma pesquisa do objeto da *cobertura jornalística da corrupção política* tem triplo objetivo. O primeiro visa apresentar ferramentas metodológicas que permitam a elaboração de uma pesquisa científica sobre os *media* e o jornalismo. O segundo objetiva chamar a atenção para a importância da corrupção política nas sociedades democráticas, particularmente em Portugal. O terceiro pretende alertar e proporcionar informações aos cidadãos em geral e aos profissionais dos *media* em especial, sobre as questões que envolvem a cobertura jornalística destes fenómenos.

O primeiro objetivo pressupõe a aquisição de competências que permitam desenhar uma pesquisa científica, a partir da assunção de uma estratégia desenvolvida por meio de etapas. Este processo de elaboração envolve a seleção de um *método de trabalho* que tem como finalidade última a *elucidação do real* (Quivy e Van Campenhoudt, 1992: 13). O método de trabalho caracteriza-se por ser um conjunto de processos ou operações mentais que fundamentam a linha de raciocínio adotada pelo pesquisador, quando inicia uma determinada pesquisa. O método apresenta-se, também, como um percurso científico onde se coloca o problema, ou os problemas, e se avançam hipóteses, isto é, raciocínios que partem de um pressuposto, de uma afirmação ou proposição, para posterior validação (Deshaies, 1997).

Ao utilizar uma estratégia fundada em etapas de investigação, incorporam-se princípios fundamentais do procedimento científico que, segundo Quivy e Van Campenhoudt (1992: 23-24) citando Bourdieu, Chamboredon e Passeron (1968), abarcam três momentos: rutura com o conhecimento estabelecido; construção



de novo conhecimento e verificação dos novos conhecimentos. Este percurso encontra-se, também sistematizado em Kuhn (1970; 2005), quando afirma que a ciência, ao não conseguir explicar determinados fenómenos, entra em crise, gerando um momento de incerteza (pesquisa extraordinária) relativamente a procedimentos e decisões (seguidos na ciência normal). O momento de rutura pode progredir em dois sentidos: a ciência normal acaba revelando-se capaz de tratar o problema que provocou a crise; o problema resiste a novas abordagens e a crise termina com a emergência de um novo paradigma e a consequente batalha pela sua aceitação, como ciência normal. Com a evocação deste percurso, que Kuhn designou percurso de revolução científica, pretende-se evidenciar que a ciência é uma escolha, uma competição entre interpretações possíveis (paradigmas), envolvendo a construção de compromissos de grupo e muitos aspetos exteriores à ciência, nomeadamente tecnológicos e económicos.

Assumindo estes pressupostos, opta-se por apresentar um desenho de pesquisa fundado em sete etapas: a pergunta de partida (1<sup>o</sup> fase); a exploração (2<sup>o</sup> fase); a problemática (3<sup>a</sup> fase); a construção do modelo de análise (4<sup>a</sup> fase); métodos de investigação (5<sup>a</sup> etapa); recolha de dados (6<sup>a</sup> etapa) e a interpretação (7<sup>a</sup> etapa).

O segundo objetivo desta exposição tem como finalidade aprofundar o tema corrupção política, alertando para as suas implicações nas sociedades democráticas, especialmente em Portugal. Procura-se, a partir da revisão de literatura, evidenciar quais as origens e características deste fenómeno, os elementos que o compõem e os efeitos na democracia e na economia.

No grego, a palavra *phthora*, corrupção, é o contrário do termo *geração*, sendo que ambos os conceitos apontam para a mudança substancial de características que estão associadas à natureza das coisas que podem *chegar a ser* (geração) e *deixar de ser* (corrupção). Trata-se de um conceito ambíguo, pois envolve a definição e o seu contrário na metáfora que se pode conceber aquando da queda das folhas no outono que trazem em si a promessa de uma nova vida na primavera.

O conceito de corrupção, do latim *corruptione*, surge no *Dicionário etimológico da língua portuguesa* (Cunha, 1982: 203) com dois campos semânticos paralelos. O primeiro aponta para a ideia de estragar e decompor; o segundo envolve um sentido moral mais evidente como perverter e depravar. A corrupção

tem raízes culturais, locais e nacionais, e deve ser analisada dentro de uma perspectiva diacrónica e sincrónica. Como exemplo, pode-se citar determinadas formas de clientelismo em países do Leste da Europa que sempre estiveram na base da organização social e que no pós-comunismo se fundiram com a corrupção (Sajó, 2002: 1-21). O fim do Estado comunista e a consequente fragilidade da economia e das instituições fez com que as populações não tivessem uma perceção clara sobre os efeitos da corrupção quer sobre os procedimentos clientelísticos tradicionais, quer sobre a emergência de novas práticas de corrupção. Um percurso semelhante é avançado para Portugal por diversos autores (Sousa e Triães, 2010; Rosa e Louçã, 2010; Azenha, 2011) que atribuem os fenómenos de corrupção política às mudanças económicas, sociais e político-partidárias que se deram, durante e após, a adesão de Portugal à União Europeia.

Neste contexto, salienta-se que a corrupção política articula as áreas da política (poder), da economia (empresas e negócios), da justiça (quadro legislativo) e dos *media* (audiências e publicitação da informação) (Blankenburg, 2002).

O terceiro e último objetivo desta pesquisa visa desenvolver as ferramentas que permitam identificar os mecanismos que levam à cobertura noticiosa da corrupção política. Assinale-se que, nos estudos já realizados, sobre fenómenos de corrupção são muitas as referências (Heidenheimer e Johnston, 2002; Sousa e Triães, 2008) à função de denúncia (desocultação) dos *media*, bem como ao contributo que prestam na consciencialização da opinião pública e na defesa do interesse público. Os mesmos estudos assinalam ainda que a perceção dos fenómenos de corrupção política é influenciada pelo tipo de cobertura jornalística, nomeadamente pelo que alguns autores designam como indústria mediática do escândalo (Heidenheimer, Johnston, Levine, 1999; Thompson, 2000; Blankenburg, 2002).

Blankenburg (2002) demonstra que a adesão à União Europeia, de muitos países do Sul e do Leste da Europa, e a consequente desregulamentação dos *media*, originou uma maior competição pelo valor-notícia e uma nova cultura profissional dos jornalistas, fundada simultaneamente na competição pelo mercado de audiências e nos valores democráticos. A corrupção e o escândalo entraram no quotidiano dos *media* constituindo um *issue* sempre com dimensões e valor de mercado crescentes. Segundo Thompson (2000: 40), o escândalo político refere-se *a ações ou acontecimentos que implicam certos tipos de transgressões que se*

tornaram conhecidas de outros e que não são suficientemente sérias para provocar uma resposta pública. O mesmo autor considera que o escândalo está muitas vezes associado à corrupção e ao suborno de tal modo que esses conceitos parecem inextricavelmente ligados (Thompson, 2000: 55). Como nota Blankenburg (2002: 153), o tom das revelações dos *media* assume características de espetáculo (entretenimento e ficção), servido quotidianamente aos espectadores/consumidores de informação, envolvendo, por vezes, grandes doses de imaginação criativa e algum apelo ao pânico moral.

Se os fatores económicos e profissionais condicionaram, nas últimas décadas, a atuação dos *media* noticiosos, originando um jornalismo “pouco dispendioso” e centrado no lucro — veja-se o caso inglês do *News of the World* pertencente ao grupo Murdoch, em 2011— não é menos verdade que a necessidade de manter audiências evoluiu para a transformação da notícia em espetáculo. A notícia como espetáculo e a informação entretenimento não configuram por si só um fator negativo para a democracia (McNair, 1999). Na verdade, este tipo de cobertura, quando associada a discursos políticos fundados no princípio de credibilidade, pode potenciar maior visibilidade à comunicação política, contribuindo para que um maior número de cidadãos, tradicionalmente alheado das questões públicas, participe nos debates e, por conseguinte, na democracia (Brants, 1998). Patterson (1993) observa, ainda, que a abordagem sensacionalista e comercial da informação política, e da corrupção política, tende a desacreditar o princípio do direito à informação, que pressupõe críticas aos governos, aos líderes corruptos, incompetentes ou sem ética, mas também a responsabilidade de quem expõe essas informações. Neste contexto, deve ser, ainda, considerado que a tabloidização da comunicação política e dos temas que lhe estão associados, tende a aprofundar o princípio *afligir os poderosos e confortar os aflitos* (Patterson, 2002: 34) ao investir os *media* do papel de patrocinadores do cidadão comum, num momento em que este enfrenta um crescente poder coercivo do Estado, progressivamente refém e representante dos interesses económicos e financeiros nacionais e internacionais (Nash, 2005). Trata-se de um equilíbrio instável entre a obrigação de informar, denunciar e desocultar os fenómenos de interesse público e a tentação do espetáculo/escândalo angariador de audiências e proveitos económicos. Os *media* noticiosos nem sempre conseguem conciliar estas duas dimensões e neste sentido, a *Análise*

*dos Media* pode constituir uma ferramenta eficaz de aferição dos resultados alcançados.

As etapas de investigação científica que se abordarão em seguida irão desenhar um percurso metodológico que procurará compreender como os *media* promovem a cobertura dos fenómenos de corrupção política.

### 3. As etapas da investigação científica

Antecedendo o desenho de uma pesquisa empírica, existe sempre um conjunto de ideias ou representações teóricas e concetuais que suportam a seleção do objeto de pesquisa, muitas vezes identificado com base em perceções espontâneas ou em fenómenos observados. À curiosidade científica suscitada por estes fenómenos, segue-se, em geral, a necessidade, vontade ou desejo de enquadrar teoricamente o potencial objeto de pesquisa. Tal como escreve Morin (1981), o problema do conhecimento envolve lógica (racionalidade a partir de enquadramentos teóricos) e criatividade (racionalização a partir do *eu* investigador), sendo por isso necessário estabelecer procedimentos que permitam aprender a saber ver e a saber pensar (etapas de investigação). Este percurso de elucubração mental, de conhecimento, precede e antecipa o esboço e aprofundamento das etapas de investigação.

Tomando a “cobertura da corrupção política nos *media*” como o objeto de pesquisa, pode-se pressupor que o interesse nesta investigação advém da observação aleatória dos inúmeros casos reportados nos *media* portugueses, sobretudo ao longo dos últimos cinco anos. Alertada pela observação, a investigadora procede a uma recolha preliminar de bibliografia, chegando à conclusão que existe uma literatura ampla não só sobre corrupção, mas também sobre o papel dos *media*. Esta primeira incursão na literatura poderá fazer-se, num primeiro momento, recorrendo a uma busca bibliográfica nas bases bibliográficas nacionais e internacionais no domínio da ciência política, comunicação política, sociologia política, com o objetivo de identificar títulos, autores e orientações teóricas sobre o tema em apreço. Uma vez recensados estes elementos, poder-se-á partir para uma pesquisa semelhante tendo como finalidade levantar dados sobre Portugal.

Ainda antes de iniciar o desenho da pesquisa, será de grande utilidade fazer um levantamento dos trabalhos anteriores que tenham recolhido informações sobre a corrupção política e temas afins em Portugal. Por exemplo, rever o estudo empírico realizado pelo Centro de Investigação Media e Jornalismo (CIMJ), sobre as Legislativas de 2009, e analisar as conclusões, nomeadamente aquelas que avançam os temas mais focados pelos partidos nos canais generalistas. Neste contexto, será matéria de reflexão o facto de, num total de 1043 registos televisivos, surgirem 208 registos (19,9%) relativos a “Economia, Finanças e Crise” e 56 registos (5,4%) abordando “Escândalos e Processos Judiciais”. A estes dados poderá ainda somar-se os recolhidos nos canais de acesso condicionado que, num total de 630 registos, apresentam 9,7% (61) sobre “Escândalos e Processos Judiciais” e 4,9% (31 registos) sobre “Economia, Finanças e Crise”. Um outro trabalho, realizado por Maia (2009), poderia ser consultado por trazer dados que contribuem para a compreensão da pertinência da pesquisa. Este autor observou, entre 2006 e 2007, os traços que os portugueses associam às práticas de corrupção e constatou que a maior parte das pessoas recolhe informação e constrói a sua perceção acerca da corrupção política a partir dos canais televisivos e da imprensa. Constatou, também, que, entre as instituições ligadas à atividade do Estado, envolvidas em situações de corrupção noticiadas pela imprensa, 18,4% se referem à administração local e 17,7% à administração central. São igualmente fundamentais, neste primeiro momento de abordagem ao tema, os estudos realizados por Sousa e Triães (2008) que constataram que os portugueses formam a sua perceção sobre a corrupção com base, quase exclusivamente, nos *media*.

Este percurso estabelece uma primeira abordagem à temática, constituindo um quadro mental que antecede as etapas de investigação científica e a pesquisa propriamente dita.

### **1ª Etapa de investigação: pergunta de partida**

Para iniciar uma investigação, é necessário antes de mais determinar o que se quer saber e pôr em causa o conhecimento estabelecido, ou seja, proceder a uma rutura. Este procedimento de rutura fundamenta-se na formulação de uma pergunta de partida, que deve sintetizar o objeto de investigação, ao qual se

segue a exploração do tema realizado (2ª Etapa de investigação) e a problemática (3ª Etapa de investigação) (Quivy e Van Campenhout, 1992: 25). É o momento em que se põem em dúvida as percepções e as aquisições teóricas consolidadas, recorrendo a procedimentos específicos e a ferramentas metodológicas apropriadas.

A primeira etapa deste procedimento é a formulação de uma pergunta de partida, concebida como um elemento iniciador de um percurso de descoberta e assumida como fio condutor da pesquisa. A enunciação de uma pergunta de partida deve expressar a curiosidade que impele à execução da investigação e, neste sentido, deve ser compreensível e clara para todos os interessados e leitores.

Por exemplo, será que a pergunta “Qual a cobertura realizada, pelos *media*, do fenómeno da corrupção política?” é suficientemente clara e precisa? Será que ela é demasiado vaga e desordenada? Embora esta pergunta seja clara quanto ao objeto genérico, a análise mais pormenorizada identifica a sua excessiva amplitude (Qual *media*? Onde?). Uma vez identificados os obstáculos à compreensão daquela formulação, a pergunta de partida pode sofrer alterações e originar uma nova enunciação: “Como se realiza a cobertura jornalística da corrupção política em Portugal?”. Esta última sentença parece ser mais fiel aos princípios de clareza e univocidade, bem como à identificação do objeto sobre o qual vai incidir a análise (cobertura jornalística) e o local onde será observado (Portugal). No entanto, e apesar de ser mais clara, ela carrega as ambiguidades, ou senso-comum, inerentes aos conceitos de cobertura jornalística e corrupção política, os quais já foram anteriormente abordados.

A segunda pergunta de partida enunciada contém, ainda, um problema quanto à sua exequibilidade. Será que o orçamento do projeto terá disponíveis os recursos materiais e humanos suficientes para analisar a cobertura jornalística da corrupção política em todos os meios (televisão, imprensa, rádio, *online*)? Haverá condições adequadas para analisar períodos longos, décadas, ou década? O trabalho será um trabalho de pesquisa individual ou de grupo? A qualidade de exequibilidade que se exige à pergunta de partida está assim colocada, mas deverá ser reequacionada no momento em que se discutir a problemática do trabalho.

As perguntas de partida devem ainda ser avaliadas na perspetiva da pertinência, não devendo incluir valores morais, apreciativos ou especulativos. Assim,

uma pergunta sobre a cobertura jornalística da corrupção política, em Portugal, não deve ser formulada no sentido de avaliar “moralmente” o papel da corrupção política na sociedade portuguesa, ou pressupor que este fenómeno é intrinsecamente cultural e português. Contudo, pressupõe-se que o fenómeno exista e que é suficientemente visível aos olhos dos cidadãos, como demonstram os índices recolhidos pela organização Transparência Internacional, para ser investigado.

A compreensão dos termos ou conceitos de uma pergunta de partida é um último fator determinante para a sua compreensão. Assim, quando se expressa a pergunta “Como se realiza a cobertura jornalística da corrupção política em Portugal?” é necessário existir entendimento, como já se referiu, sobre o que é cobertura jornalística e corrupção política. Recapitulando, a cobertura jornalística é a forma como se reporta um acontecimento, fenómeno ou facto e como este é apresentado como notícia. A cobertura jornalística está interrelacionada com a cultura empresarial, profissional e política dos agentes envolvidos, mas depende de contextos externos como a cultura democrática e a situação económica, social e política de um país (Blumler e Gurevitch, 2000). O desenvolvimento de novas tecnologias e as políticas de liberalização dos mercados na Europa, na década de oitenta, orientaram progressivamente o jornalismo para a mercantilização da informação jornalística. Esta orientação teve consequências na cobertura jornalística dos fenómenos políticos, bem como nas estratégias de comunicação política, originando uma designada “americanização” da política, caracterizada pela introdução de lógicas publicitárias e de mercado (Blumler e Gurevitch, 1982; 1995; 2000; Ferguson, 1990; Semettko e all., 1992; Franklin, 1994). Esta abordagem de carácter mais sensacionalista tem originado por um lado uma maior atenção aos fenómenos de corrupção e desocultação de práticas de má governação, por outro lado a utilização de matérias polémicas como fator de promoção de audiências e descredibilização da política.

A estas condicionantes, na generalidade comuns às sociedades democráticas ocidentais, acrescem particularidades da sociedade e da democracia portuguesas. Entre estas, pode-se nomear a tradicional promiscuidade entre as elites do jornalismo e os políticos e entre os jornalistas e os meios judiciais, ao que se junta uma demonstrada rotatividade entre pessoas, filiadas ou próximas

de partidos (Rosas e Louçã, 2010), que exercem funções públicas governamentais e cargos nas administrações dos grandes grupos económicos do setor público e ou privado. Ainda de sublinhar os grupos de interesse a que estão associadas as empresas *media*; as pressões políticas e partidárias sobre estas empresas; a escassez da matéria-prima “notícia” e a sua capacidade de gerar audiências. Resta ainda acrescentar que o Estado, ou mais especificamente os governos, têm demonstrado controlar os meios de comunicação privados através da publicidade institucional, bem como pelos critérios impostos pelas agências de regulação da Comunicação. Todos estes fatores condicionam a cobertura jornalística dos potenciais fenómenos de corrupção aos quais se agregam elementos inerentes ao campo político, tais como estratégias de marketing político dos partidos e dos governantes, situações de concorrência do mercado político, imagem dos políticos, percepção dos valores dominantes e emergentes e ações de contrainformação e controle de danos (Maarek, 1997; Lees-Marshment, 2011).

Para Gambetta (2002), a corrupção carrega diversos sentidos, sendo que três parecem ser os mais importantes. Numa primeira aceção, corrupção refere-se à degradação do sentido ético de agentes (públicos ou privados) implicando uma falta de integridade moral e a sua conseqüente depravação. Numa segunda perspectiva, corrupção surge associada a um conjunto de práticas sociais resultantes da degradação de algumas instituições (públicas e privadas), estando, por isso, o foco da corrupção centrado nas relações institucionais e na organização da sociedade. Um terceiro sentido de corrupção acentua determinadas práticas sociais, com forte componente cultural, como por exemplo presentes, etc., com vista a favorecer ou premiar decisões de agentes públicos ou privados. A corrupção política configura um abuso de poder em benefício próprio de agentes políticos democraticamente eleitos. Esta situação pode ocorrer durante o exercício de funções públicas, ou após, quando os agentes políticos utilizam o capital relacional adquirido durante o exercício de funções para a obtenção de ganhos indevidos. Os ilícitos ocorrem fundamentalmente em quatro situações-tipo: na competição por cargos políticos, no exercício de cargos públicos, na ação de legislar e governar, bem como após o abandono de cargos de governação, mas mantendo esse agente determinadas funções político-partidárias (Heidenheimer e Johnston, 2002).



## 2ª Etapa de investigação: exploração

A exploração é a segunda etapa de investigação científica. Ela tem como objetivo sustentar a pergunta formulada e preparar o terreno para uma adequada problematização da investigação. Atingir estas finalidades demanda, num primeiro momento, selecionar um conjunto de leituras mediante critérios de escolha previamente identificados. As leituras devem recensear, de forma o mais exaustiva possível, os trabalhos que tenham incorporado problemáticas afins à pergunta de partida enunciada. O pesquisador deve, desta forma, estar na posse de um mapa de leituras, com filiações teóricas múltiplas, que permitirá enquadrar a investigação, mas ao mesmo tempo dialogar de forma inovadora com todas aquelas correntes. Desta forma, o primeiro princípio orientador das leituras deve ser a pergunta de partida e a identificação de autores e obras “clássicas”, ou seja aquelas que são geralmente nomeadas por todos os investigadores quando se referem a um dado fenómeno ou tema. Nestas leituras, com vista a recuperar posteriormente a informação, convém elaborar resumos e grelhas de análise que possam descrever, registar e avançar interpretações sobre as leituras realizadas, tendo como referência a pesquisa formulada na pergunta de partida. É, igualmente, relevante privilegiar as abordagens temáticas que apresentem perspectivas complementares e/ou, contrárias, para que seja possível construir um enquadramento facetado dos fenómenos a observar.

A exploração, a segunda etapa de investigação, envolve, para além das leituras, as entrevistas exploratórias. Se as leituras têm como objetivo proporcionar o enquadramento teórico e o balanço dos conhecimentos sobre o tema que se pretende pesquisar, as entrevistas exploratórias, realizadas a outros pesquisadores, peritos, testemunhas privilegiadas ou agentes, constituem uma ferramenta de auscultação para a persecução da pesquisa. Estas entrevistas devem ser semi-dirigidas, incluir poucas perguntas, centrarem-se na pergunta de partida ou em temas afins de conhecimento do entrevistado. O objetivo é pôr à prova a pergunta de partida, recolher informação privilegiada sobre o tema e clarificar o âmbito (*corpus*) da pesquisa que se pretende realizar.

No exemplo adotado — “Como se realiza a cobertura jornalística da corrupção política em Portugal?” — as leituras de síntese sobre a relação entre os *media* e a corrupção, constituirão o núcleo central. Outro tipo de leitura importante

é a que fornece dados e análises interpretativas sobre os mesmos. Retomando o caso anterior, é aconselhável a leitura da documentação produzida pela organização Transparência Internacional que publica relatórios anuais sobre a corrupção mundial, manuais para a compreensão da tipologia da corrupção e indicadores de transparência de atuação dos estados e de instituições, como a justiça e os *media* (Relatório da Transparência Internacional 2006, 2007, 2008). São, também, de leitura obrigatória as obras e artigos que abordam a corrupção política e os *media* nos países do sul da Europa e as interpretações complementares avançadas por diversos autores. Por exemplo, Donatella de La Porta e Ives Méry (1997) evidenciam que, a partir do final da década de noventa, se avolumaram os fatores que indiciavam o aumento de práticas corruptas nas democracias ocidentais, de tal forma que um fenómeno que era considerado esporádico pelos cidadãos começa a ser percebido como endêmico. O aumento da percepção da corrupção, sobretudo política, nas sociedades ocidentais, nomeadamente em Espanha, Portugal e Grécia, vincula-se a mudanças políticas iniciadas na década de oitenta com a adesão à UE. Segundo estes autores, as alterações políticas, a expansão económica e financeira e o crescimento da sociedade de consumo tiveram como consequência o surgimento de uma nova elite dirigente. Este grupo, maioritariamente de origem rural e recém-chegado à política, veio conjugar práticas políticas tradicionais— como o clientelismo, o nepotismo e o familismo — com valores capitalistas e de consumo, adotando estratégias de poder fundadas no enriquecimento individual e de grupo. Os tipos mais frequentes de corrupção política surgem, assim, sob a forma de fraude, suborno, clientelismo, apropriação indevida de bens, tráfico de influências, favorecimento seletivo e financiamento ilegal de partidos.

No início do milénio, Blankenburg (2002), ao analisar os mesmos fenómenos, volta a reconhecer que eles estão intrinsecamente relacionados com mudanças de valores políticos, económicos e sociais. Para este autor, um dos fatores que mais determinou, nos anos 90, a eclosão na Europa Ocidental de fenómenos de corrupção política foi a mudança de padrões de clientelismo político que, estando inseridos em práticas locais, regionais e nacionais, se viram confrontados com avaliações exógenas de cariz internacional. Acresce a esta circunstância a desregulamentação dos *media*, que originou uma maior disputa pelo valor-notícia e uma nova cultura profissional dos jornalistas, fundada simultaneamente

na competição e nos valores democráticos. Ao mesmo tempo, e ainda segundo o mesmo autor, assistiu-se nos países ocidentais a uma secreta aliança entre juízes e jornalistas, no sentido de divulgar informações seletivas sobre determinados casos de corrupção política considerados de interesse público.

Na fase de exploração subsequente à pergunta de partida — “ Como se realiza a cobertura jornalística da corrupção política em Portugal?”— avança-se ainda com entrevistas a pesquisadores, jornalistas e magistrados. Estas entrevistas, que deverão ser gravadas, visam auscultar a percepção destes agentes privilegiados sobre a pertinência do tema e a clareza da pergunta, bem como colher indicações de leitura e informações sobre trabalhos realizados ou em curso. Um outro objetivo destas entrevistas é chegar a um consenso sobre a validade da construção de um *corpus*, quer no que toca ao período temporal que deverá compreender, quer ainda quanto aos meios de comunicação que o deverão integrar.

### 3ª Etapa de investigação: problemática

A problemática é a terceira etapa de investigação. Para Quivy e Van Campenhout (1992: 91) a problemática é a abordagem, ou perspectiva teórica, que se adota para tratar o problema colocado pela pergunta de partida. O percurso começa pela confrontação dos diferentes pontos de vista presentes nas leituras, seguindo-se a avaliação das potencialidades das diferentes orientações teóricas e metodológicas e a seleção da opção, ou opções, que tenham melhores condições para responder à pergunta de partida. O levantamento da problemática é também o momento que permite a reorganização teórica e concetual do(s) objeto(s) de análise identificados na pergunta de partida, permitindo, assim, caminhar para a elaboração de um modelo de análise.

A problemática é sempre um processo em construção que põe em causa os elementos da pergunta de partida, a capacidade de obter conhecimento a partir da interrogação inicial e os quadros concetuais das leituras realizadas. Neste sentido é decisivo identificar as convergências ou divergências presentes nos quadros teóricos, os contextos e as dimensões em que estes surgiram, assim como as estratégias metodológicas adotadas e os resultados alcançados.

Por exemplo, com base nas leituras realizadas sobre a cobertura jornalística do fenômeno de corrupção política, pode ter-se o entendimento que a dimensão dessa cobertura resulta de atitudes individuais dos *media* e dos seus profissionais. Esta perspectiva sublinha a perspectiva individual da desocultação do fenômeno e minimiza a sua amplitude social. No entanto, ao cruzar a visibilidade conferida pelos *media* a esses fenômenos com estatísticas baseadas na tramitação de processos judiciais divulgadas por órgãos internacionais, poder-se-á chegar à conclusão que há regularidades coincidentes entre os momentos de divulgação nos *media* e os dados registados sobre fenômenos de corrupção política. Com base nesta observação, adquire consistência entender a abordagem da cobertura jornalística da corrupção política como um fenômeno social. Ao mesmo tempo, ganha pertinência o desenvolvimento de um quadro teórico específico que articule componentes da cobertura jornalística e da corrupção política.

Segundo Rose-Ackerman (1999), a percepção da corrupção política nas democracias ocidentais está intrinsecamente relacionado com as características da cobertura jornalística da comunicação política. A comunicação política articula uma dimensão horizontal que descreve as relações entre políticos e os *media* e uma dimensão vertical que envolve o conjunto das instituições políticas, os políticos e as suas relações com os cidadãos (Blumler e Gurevitch, 1995). Trata-se de uma triangulação mediada ou mediatizada que envolve os atores políticos, as empresas e profissionais dos *media* e os cidadãos, entendidos estes últimos como audiências. Como já foi anteriormente referido, a abertura de mercados e o desenvolvimento de novas tecnologias, na década de oitenta, orientaram progressivamente o jornalismo para a mercantilização da informação jornalística, o que não configura por si só, um fator negativo para a democracia. A cobertura jornalística da corrupção política é um tema potencialmente agregador de audiências, dado que pode ser tratado numa perspectiva escandalizante, apelando a valores morais e aspetos que constituem a reserva ética das sociedades democráticas. Por outro lado, a corrupção está muito vinculada a períodos de grandes mudanças e deriva, em grande parte, da escassez de bens disponíveis num determinado momento numa dada sociedade o que tende a promover uma *luta pela sobrevivência* aliada a uma diminuição dos padrões éticos e cívicos (Dobel, 1978).

Estas leituras apontam para o papel do jornalismo e da cobertura jornalística como mediadores — e aqui há também uma distinção a fazer entre mediar e mediatizar — na perceção da corrupção política numa determinada sociedade. A literatura assinala, também, que os meios de comunicação, por razões contextuais económicas e alterações na conceção da sua função social, identificam os fenómenos de corrupção política como sendo uma matéria-prima possuidora de alto valor no mercado das audiências. A pergunta de partida — “Como se realiza a cobertura jornalística da corrupção política em Portugal?” — terá que ter em consideração este enquadramento e a sua adequação à realidade portuguesa.

Recorrendo a leituras sobre Portugal (Silva, 2004; Martins, 2006), assinala-se que, após uma década de expansão do campo dos *media* e da publicidade, assistiu-se, no início do milénio, a uma contração originada pela crise económica e financeira. Em resposta a esta situação, os grupos detentores de meios de comunicação impressos, televisão e *online* procuraram criar sinergias, objetivando baixar custos de produção. Iniciam-se, assim, processos de reformulação das redações noticiosas, com vista à unificação dos centros de produção de notícias. Os processos de desocultação dos fenómenos de corrupção política iniciam-se na década de noventa e estão associados, como alguns trabalhos já demonstraram (Maia, 2009; Paixão, 2010) ao surgimento de um mercado mediático, apoiado em operadores de televisão generalista e em novas formas de fazer jornalismo. No entanto, os fenómenos de corrupção política adquiriram particular visibilidade no período dos XVII (12 de março de 2005 a 26 de outubro de 2009) e XVIII (de 26 de outubro de 2009 a 21 de junho de 2011) governos constitucionais, conduzidos pelo partido socialista sob a presidência do primeiro-ministro José Sócrates. Neste período, a organização Transparência Internacional colocou Portugal entre o 26º lugar (em 2006) e o 35º (em 2009) na perceção pública da corrupção.

#### 4ª Etapa de investigação: construção de um modelo de análise

Um modelo de análise tem fundamentalmente uma função organizadora, ao promover a ordenação e a apresentação da lógica que o pesquisador supõe estar na base do fenómeno que se quer investigar. Esta lógica tem, também, uma expressão heurística e pode ser apresentada por meio de quadros esquemáticos

compostos por tópicos relacionais (Quivy e Van Campenhoudt, 1992: 25). Para se construir um modelo de análise é obrigatório ter em consideração as três etapas de investigação anteriores e assumir-se que este processo implica, em todas as suas fases, movimentos de vaivém entre uma reflexão teórica e a pesquisa empírica. Segundo Quivy e Van Campenhoudt (1992: 140) a principal norma para a construção de um modelo de análise, seja ele simples ou complexo, é conseguir estabelecer um sistema de relações e manter um padrão lógico entre os elementos constituintes. O modelo de análise socorre-se da identificação dos enquadramentos e conceitos realizada nas etapas anteriores e, a partir destes elementos, articula as proposições-hipóteses que se pretende testar (Silverman, 2006: 52). Na construção de um modelo de análise, os conceitos podem ser operatórios isolados ou conceitos sistémicos. Os primeiros são empíricos e advêm da observação direta ou de informações recolhidas; os segundos têm uma fundamentação abstrata e estão mais distantes dos fenómenos observáveis, pondo em questão a capacidade de se apreender de forma objetiva o real (Neuman, 2007). As hipóteses estabelecem as relações lógicas entre conceitos, organizando modos de raciocínio que partem de um pressuposto, de uma afirmação ou de uma proposição, que deverá posteriormente ser confirmada ou infirmada por recurso a dados de observação (Deshaies, 1997: 246).

Mantendo como referência a pergunta de partida — “Como se realiza a cobertura jornalística da corrupção política em Portugal?”— e as leituras realizadas com o objetivo de enquadrar teoricamente esta pesquisa, apresenta-se seguidamente um quadro onde estão organizados os conceitos, as dimensões dos conceitos, as suas componentes e os hipotéticos indicadores identificados no *corpus* de análise. Em seguida, formulam-se, também, as hipóteses que completam a construção de um modelo de análise sobre estes fenómenos.

Quadro 1 – Construção de um modelo de análise

Conceitos	Dimensões	Componentes	Indicadores
1. Cobertura Jornalística	Em função do meio de comunicação	Caracterização/organização do meio de comunicação	Empresa, Grupo, etc.
		Critérios de noticiabilidade/agendamento	Protagonistas, situações, etc.
		Rotinas/Fontes	Tempo/lugar, acesso e tipo de fontes, etc.
		Públicos/Audiências	Competição pelas audiências
2. Corrupção	Política	Financiamento dos Partidos/Clientelismo/Nepotismo	Legislação, casos em tribunal, processos de desocultação, etc.
		Enriquecimento ilícito/Tráfico de influências	Legislação, casos em tribunal, processos de desocultação, etc

No lado esquerdo do quadro, situam-se os dois conceitos agregadores da pesquisa: cobertura jornalística e corrupção. Estes dois conceitos implicam múltiplas dimensões. Por exemplo, a cobertura jornalística pode referir-se a um determinado meio, imprensa, televisão, rádio, *online* (e dentro deste aos anteriores meios) mas também é possível categorizar o meio de comunicação em função de horários noticiosos (jornais noticiosos do *prime-time*, etc.) ou âmbito dos noticiários (jornais nacionais, regionais, etc.). O conceito corrupção surge consubstanciado nas dimensões: corrupção política; corrupção económica; corrupção financeira e corrupção judicial, nos relatórios produzidos por agências internacionais, tais como o Banco Mundial e a Transparência Internacional. Os componentes (elementos identificativos) dos conceitos — cobertura jornalística (1) e corrupção política (2) —, e suas respectivas dimensões encontram-se inventariados na revisão de literatura realizada na segunda e terceira etapas de investigação. Eles são enunciados e ordenados tendo em conta a pertinência na investigação que se pretende realizar. Por vezes, e dada a circularidade do percurso de descoberta, torna-se necessário introduzir um novo componente, tendo em consideração os indicadores levantados no momento da análise do objeto organizado sob a forma de *corpus*.

O modelo de análise implica, como se referiu anteriormente, a enunciação de um quadro conceitual mas também a formulação de relações lógicas entre conceitos, isto é, a apresentação de suposições sobre os fenómenos, hipóteses de trabalho que, partindo de um pressuposto, de uma afirmação ou de uma proposição, deverão posteriormente ser testadas. Trata-se, portanto, de um modelo epistemológico passível de ser aplicado a qualquer investigação e com flexibilidade suficiente para se adaptar às especificidades das áreas disciplinares de análise (Quivy e Van Campenhout, 1992: 110-134).

Para melhor compreensão deste processo, avança-se com duas hipóteses de trabalho que visam exemplificar as possíveis relações lógicas entre os elementos (conceitos, dimensões, componentes e indicadores) da pesquisa em apreço. A hipótese 1 compreende a ideia de que a cobertura jornalística dos fenómenos de corrupção política está vinculada às especificidades do meio de comunicação, aos processos de produção informativa desse meio (McQuail, 1987; Ericson et al., 1987) e aos contextos políticos dos sistemas *media* (Hallin e Mancini, 2010). A questão que subjaz a esta hipótese é averiguar quais são os fatores/elementos que levam um *media* a dar maior cobertura jornalística a determinados fenómenos de corrupção política. A hipótese 2 postula que as diversas tipologias de corrupção política têm visibilidades diferentes nos *media* e que esta visibilidade depende de condicionantes históricos, culturais e sociais (Della Porta e Meny, Y., 1997; Sajó, 2002). Esta hipótese procurará apurar se há uma tipologia da corrupção política e quais são os tipos de corrupção política que adquirem maior agendamento nos *media* portugueses.

Na formulação destas hipóteses estão subjacentes, por um lado os modelos de organização mediática (McQuail, 1987) e de produção informativa (Ericson, 1987 em McQuail e Windahl, 2003) que visam representar as tensões e constrangimentos exercidos sobre os *media* pela sociedade, como por exemplo, as pressões efetuadas por determinadas fontes para que sejam publicitados, ou ocultados, determinados factos de corrupção política. Por outro lado, está ainda subentendida a proposta de Hallin e Mancini (2010) que caracteriza o sistema mediático e político português como mediterrânico e polarizado, com grande influência do Estado e dos governos na atuação dos *media*, bem como a sistematização de corrupção avançada por Della Porta, Meny (1997) e Sajó (2002) que atribui, aos países do sul da Europa,



características culturais e sociais comuns quanto à génese e desenvolvimento da corrupção política.

A enumeração destas hipóteses constitui o fundamento que irá suportar o processo de observação.

### **5ª Etapa de investigação: métodos de investigação**

Esta etapa da investigação visa selecionar os métodos de investigação mais adequados à pesquisa. Como todas as etapas, ela depende das anteriores, mas também pode vir a alterar decisões previamente tomadas. Na busca do conhecimento, identificam-se dois percursos (métodos): o método hipotético-dedutivo e o método hipotético-indutivo.

O primeiro, que tem como referência o percurso do sociólogo Durkheim na obra sobre o suicídio (2002), parte de um modelo de análise pré-existente e de dados gerais, ou conceitos totalizantes, formulando hipóteses gerais no sentido de compreender os casos particulares. Este método assume como válidos quadros conceituais existentes (no caso da obra de Durkheim atrás referida, o suicídio e a coesão social) e procura descobrir nos fenómenos a observar, interpretações correspondentes. É uma pesquisa fundamentalmente verificativa, em que a rutura com o modelo pré-existente é o maior fator de transformação. Dito de outra forma, a não validação do modelo pré-existente selecionado aciona a necessidade de reequacionar o problema, o quadro conceitual e a renovação de instrumentos.

O método hipotético-indutivo parte de factos particulares e pretende generalizar o seu entendimento, o objetivo é formular hipóteses a partir de factos observados e estabelecer leis gerais, ou seja, construir, no final do processo, modelos e teorias. Este método, que tem como referência a obra de Max Weber (1995), e o papel que atribui à ação social, assume a observação empírica como motor de conhecimento e exige que o modelo, construído a partir da observação, se submeta ao teste dos factos. Sendo um método adequado à exploração de fenómenos sociais “novos”, deve socorrer-se, de forma complementar, da perspetiva hipotética-dedutiva, no sentido de conferir os resultados “novos” com os enquadramentos teóricos conhecidos (Neuman, 2007: 28-32).

Retomando o projeto “Cobertura jornalística da corrupção política”, a utilização do método hipotético-dedutivo levaria à utilização de modelos e à formulação de hipóteses a partir de estudos já realizados sobre a cobertura da corrupção política, com o objetivo de verificar a sua correspondência em Portugal. Por exemplo, Gambetta (2002), no estudo que faz sobre a corrupção política em Itália, afirma que há práticas políticas que não são identificadas como ilícitas, sendo que em outras sociedades o são. Por esta razão cultural, e por não configurarem ilicitudes, dificilmente são reportados pelos meios de comunicação em Itália os “favores”, “os presentes”, o “nepotismo” e o “tráfico de influência”. Partindo desta constatação, e assumindo a definição que as organizações internacionais fazem daquelas práticas políticas, um dos objetivos deste projeto seria observar quais daqueles “ilícitos” são reportados pelos meios de comunicação portugueses. A utilização de um modelo desenvolvido, a partir da análise realizada por Gambetta, permitiria verificar em que medida os seus conceitos e indicadores teriam correspondência em Portugal. Por outro lado, a escolha de um percurso hipotético-indutivo da pesquisa envolveria, antes de mais, a observação de fenómenos empíricos (indicadores) identificáveis nos meios de comunicação e, a partir destes, seria possível avançar com uma tipologia da corrupção política em Portugal. Ao explorar estes dois métodos de forma complementar, poder-se-ia obter um modelo da cobertura jornalística dos fenómenos da corrupção política. Em forma de conclusão, os resultados obtidos, poderão, em última instância, vir a corroborar aspetos avançados na tipologia de Hallin e Mancini (2004) que atribuiu aos sistemas políticos do sul da Europa algumas características comuns.

Ambos os percursos anteriormente referidos — hipotético-dedutivo e hipotético-indutivo — envolvem opções quanto à forma de tratamento dos dados. Se a escolha incidir em métodos quantitativos, o objetivo é traduzir em números, opiniões e informações, de forma a poder classificá-las e analisá-las. Os dados podem ser levantados com recurso a inquéritos, a questionários e à análise de conteúdo e, posteriormente, tratados estatisticamente, por meio de *softwares* especiais, como o *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) (Bauer, Gaskell, 2002: 15-25). Se a preferência recair sobre os métodos qualitativos, o tratamento dos dados fundamenta-se na observação (direta, etnográfica, estudos

de caso, etc.) com recurso a entrevistas e a análises textuais (Hughes, 2007: 249-282)<sup>2</sup>.

Partindo do princípio que se trata de um exemplo, tendo como base a pesquisa de referência “Cobertura jornalística da corrupção política”, simula-se a utilização dos dois métodos, quantitativo e qualitativo, e respetivos objetivos. A adoção do método quantitativo e da técnica de análise de conteúdo permite uma descrição sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto do *corpus* que se quer analisar. Antes de mais, o resultado será a construção de bases e a obtenção de dados estatísticos sobre a cobertura jornalística da comunicação política. Por exemplo, quais os meios de comunicação que dão a este tema maior visibilidade; quais os protagonistas (agentes políticos, instituições públicas e privadas) mais citados; que ilícitos se encontram noticiados; durante que período um caso de corrupção preencheu as primeiras-páginas ou as secções de política. Trata-se, assim, de um procedimento que visa originar dados estatísticos sobre a corrupção política, recorrendo à codificação e sistematização de indicadores levantados nos *media* tais como: tipo de ilícitos; processos policiais e judiciais; agentes e instituições envolvidas. Na parte III desta obra, aprofunda-se estes métodos apresentando exemplos da construção de bases de dados.

Neste exercício especulativo sobre a aplicação de métodos qualitativos, será possível chegar à tipificação de casos e encontrar padrões relativos à cobertura noticiosa da corrupção política, recorrendo a técnicas de análise textual e de imagem. Por exemplo, identificar padrões de atribuição de títulos na imprensa ou de chamadas na televisão, reconhecer quais são os protagonistas mais frequentes, as fontes mais nomeadas, o tom — isto é, a apresentação das notícias dentro de uma perspetiva positiva, negativa ou neutra (Patterson, 2003) — que acompanha a notícia sobre determinada situação, ou ainda, por exemplo, os enquadramentos — formas que organizam discursivamente as notícias (Entman, 1994) — mais utilizados. Poder-se-á ainda proceder à análise de fotografias, quando se trate de imprensa, ou, no caso da televisão, ter em conta especificidades da edição de imagem, dos cenários ou ainda dos protagonistas presentes

---

<sup>2</sup> Estes métodos não serão aprofundados nesta obra.

nas peças sobre corrupção política. Tal como relativamente aos métodos qualitativos, aprofundar-se-á esta questão na III parte desta exposição, recorrendo a exemplos de análises textuais.

#### 6ª Etapa de investigação: recolha de dados

Nas etapas anteriores, aludiu-se a fenómenos sociais, como algo cuja compreensão é adquirida ou está implícita. Nesta etapa, a observação — enquanto conjunto de operações que fundamenta o modelo de análise, a construção de hipóteses e a formulação de conceitos — é o procedimento que alicerça o prosseguimento da pesquisa. Morin (1985: 15) considera que a objetividade científica é um problema complexo que depende de um conjunto de fatores subjetivos e objetivos. Entre os primeiros, enumera as características individuais do observador, a sua visão de mundo, a qualidade das suas experimentações e o relacionamento que mantém com a sociedade e os seus pares. No que concerne os fatores objetivos, enfatiza a integração na cultura do campo científico, a aceitação das regras do campo, bem como o posicionamento, crítico ou acrítico, que assume face aos conflitos teóricos, metodológicos e ideológicos.

Apesar de não se pretender discutir, nesta apresentação, o *valor* da observação e o princípio de *realidade* dos fenómenos (Deshaies, 1992: 296), o objetivo é compreender como se obtém dados, a partir dos fenómenos sociais, e como estes se organizam em função de uma pesquisa. Assume-se, assim, que a observação nas ciências sociais e humanas é um método legítimo, que visa recolher toda a espécie de dados, tais como estatísticos, documentais e advindos da sociedade (por exemplo, por meio de trabalho de campo, de inquéritos, questionários, sondagens, entrevistas, etc.). No sentido mais estrito, como na observação etnográfica, esta operação pode consistir na presença e envolvimento do pesquisador numa situação social para a registar e interpretar, sempre procurando não interferir ou modificar.

A observação caracteriza-se em função dos procedimentos e objetivos como assistémica, sistémica, não participante, participante, individual, em equipa, etc. (Marconi e Lakatos, 1982: 65-69). No percurso de observação, um dos fatores que determina a pertinência dos dados a recolher é a sua capacidade de integrar

as hipóteses, como indicadores. Conforme o tipo de dados observados surgem caminhos metodológicos diferentes mas, qualquer que seja o tipo de material recolhido, o ideal é obter-se dados que possam ser comparados e confrontados com outros.

Exemplificando, no hipotético projeto “Cobertura jornalística da corrupção política”, os dados de observação encontram-se na matéria noticiosa e imagética veiculada pelos *media* sobre a corrupção política. Por esta razão, a observação pode abarcar múltiplos dados, como por exemplo, a identificação do meio (imprensa, televisão, etc.), o dia em que as notícias foram publicadas ou emitidas, a proeminência dessas matérias, o género jornalístico, as temáticas de corrupção política, os protagonistas presentes, bem como fontes e cenários. Os dados observáveis na temática sobre corrupção política envolvem, por exemplo, conhecimentos sobre a legislação produzida sobre a matéria em geral e em Portugal em particular, as tipologias identificadas pelas agências internacionais — como por exemplo, *The anti-corruption plain language guide*, produzido pela Transparência Internacional em 2009 — ou, ainda, por exemplo, os casos que se encontram em tribunal.

A recolha de dados depende do campo de análise e da seleção das unidades de observação. O primeiro aspeto determina o *corpus* ou amostra, isto é, o âmbito da análise empírica, a sua circunscrição temporal e no espaço geográfico e social. Uma vez que pesquisar a totalidade do universo não é exequível, na maior parte das vezes, por motivos de tempo e recursos, a delimitação da amostra ou do *corpus* pode ser feita em função da sua representatividade e pertinência, seguindo-se a seleção das unidades de observação.

Por exemplo, não sendo possível pesquisar em todos os meios de comunicação portugueses e num período alargado (século ou décadas) todos os fenómenos de corrupção política, torna-se necessário delimitar o *corpus*. O tamanho ou volume do *corpus* a analisar pode obedecer a critérios de tempo (um determinado período de história contemporânea, um mandato presidencial ou vigência de um governo); a princípios derivados de elementos caracterizadores dos meios de comunicação (por exemplo, dados que demonstram a universalidade do acesso à televisão generalista, em detrimento de um menor acesso à imprensa) ou ainda a casos de corrupção política em fase de julgamento nos tribunais. Com base nestes critérios, poder-se-á chegar a um *corpus*, constituído

por jornais noticiosos das televisões generalistas do *prime-time* (entre as 20h e as 22h), no período de vigência do XVII (12 de março de 2005 a 26 de outubro de 2009) e XVIII (de 26 de outubro de 2009 a 21 de junho de 2011) governos constitucionais. Ainda dentro deste *corpus*, e com os princípios anunciados anteriormente, a análise pode-se restringir aos casos que se encontram tramitando nos tribunais. No mesmo exemplo, e sempre dentro de exigências de coerência lógica, podem ser identificadas como unidades de registro, as peças televisivas sobre os casos de corrupção política em tribunal. Contudo, as unidades de registro podem, ainda, ser *frames* das peças jornalísticas e, também, os discursos que cada *frame* contém. Com este exemplo, pretende-se mostrar como, em função do *corpus* e do objetivo da pesquisa, são variados e inúmeros os dados passíveis de recolha.

#### 7ª Etapa de investigação: interpretação

O objetivo das sete etapas de investigação descritas é demonstrar como se obtém “conhecimento”, sendo a interpretação aquela que culmina este processo. Interpretar os dados de uma pesquisa empírica é uma atividade complexa, recursiva, que exige não só a exploração dos dados da observação, como o recentramento desses mesmos dados em quadros teóricos de referência já consolidados ou em fase de organização. Três pré-requisitos estão subjacentes a esta etapa: a interpretação dos dados recolhidos e tratados; a confrontação destes dados com as hipóteses levantadas e a avaliação das respostas obtidas. Esta avaliação deverá ser feita, quer relativamente ao enquadramento teórico inicial e aos modelos de análise mobilizados, quer tendo em conta os resultados procedentes do cotejamento dos dados com as hipóteses.

A interpretação é, também, o momento em que se faz a passagem do campo da investigação para um texto formalizado com vista a uma divulgação mais abrangente. Neste sentido, exige-se ao investigador que possa apresentar de forma acessível os resultados a que chegou, explicitando os raciocínios (inferências) que permitem partir de um conjunto de dados iniciais, teoricamente enquadrados, para um conhecimento “novo” sobre o objeto analisado. Trata-se, então, de uma etapa de mudança qualitativa e a assunção de que o conhecimento não é

por natureza estável, mas sim algo em constante processo de transformação e aquisição (Kuhn, 2005).

Este procedimento tem uma componente de subjetividade elevada, porque depende do ponto de vista do pesquisador, mas também está vinculado, e regulado, por tradições disciplinares nem sempre coincidentes, ao que é a “realidade” e ao que é o “objeto” de investigação. Para alguns autores, a interpretação é um processo que envolve contingências analíticas e prescritivas, para outros, um processo fundado na sensibilidade e na intuição pessoal (Deshaies, 1992). Não sendo aqui o espaço apropriado ao desenvolvimento desta controvérsia, evoca-se, em síntese e a título exemplificativo, as orientações epistemológicas de Morin (1985: 19) e Ricoeur (1976: 85-87). O primeiro entende o “conhecimento” como uma tensão entre aspetos bio-antropológicos e socioculturais, mediada por um sistema formalizado de opções relativas a teorias, ideias, paradigmas e mecanismos de formalização de raciocínios; o segundo, por seu lado, considera a interpretação um movimento dialético entre a explicação e a compreensão, suportado por procedimentos circulares de cariz hipotético-dedutivo e hipotético-indutivo que visam superar a mera conjectura.

Tendo como referência, mais uma vez, o projeto exemplificativo “Cobertura jornalística da corrupção política”, a etapa interpretação desenrola-se a partir do cotejamento dos dados, da confrontação destes com as hipóteses inicialmente levantadas, sempre mantendo um diálogo com os modelos e quadros teóricos evocados. O desenvolvimento desta etapa apontará os elementos socioculturais e mediáticos que levam à cobertura jornalística de determinados acontecimentos de corrupção política, discutindo, em simultâneo, a validade dos modelos de organização mediática e de produção da informação. É expectável que estes procedimentos gerem não só “novos” conhecimentos relativos ao objeto de análise, “cobertura jornalística da corrupção política”, como permitam a formulação de “novos” conhecimentos teóricos, ao confrontar as teorias existentes com dados e hipóteses observados e sistematizados (Morin, 1985: 15).

Mantendo-se a menção ao anterior tema “Cobertura jornalística da corrupção política”, pode-se aventar que os indicadores recolhidos permitem criar bases de dados sobre os “casos de corrupção política” no período definido no *corpus*. Com base nestes dados, será possível aferir as agendas dos meios de comunicação e interpretar, com o recurso a quadros de referência teóricos, os tipos

de corrupção política que adquirem maior visibilidade em Portugal. Partindo do modelo de Hallin e Mancini (2010) e das tipologias apresentada por Della Porta, Meny (1997) e Sajó (2002), discute-se a sua validade e avançam-se — em função de procedimentos hipotético-dedutivos e hipotético-indutivos que articulam dados e enquadramentos teóricos — “novos” conhecimentos. Por exemplo, argumenta-se sobre a inclusão de Portugal no sistema mediático e político mediterrânico (Hallin e Mancini, 2010) ou disserta-se sobre as alterações, verificadas nas últimas décadas, na génese da corrupção em Portugal.

A interpretação, além de promover o diálogo entre dados, hipóteses e teorias, permite identificar fenómenos desconhecidos. Por exemplo, continuando a exploração dos dados qualitativos recolhidos, no que toca às análises textuais é, ainda, possível identificar um número elevado de indicadores referentes à “crise” pós 2007, um fenómeno “novo”. Assim, a interpretação destes elementos leva a cotejar os indicadores referentes à corrupção política com os referentes à crise e tentar apreender a sua inter-relação. As inferências deverão partir da compreensão e explicação dos indicadores à luz de enquadramentos teóricos mobilizados para esse fim. Por exemplo, estes dados podem ser cotejados com os trabalhos de Edelman (1976) sobre a tipologia da linguagem política, bem como com as propostas da análise crítica do discurso desenvolvidas por Fairclough (2000) sobre as retóricas e práticas discursivas do Partido Trabalhista Britânico, com vista a introduzir alterações ao Estado social. Também podem ser convocadas as pesquisas empreendidas por Donella Antelmi e Francesca Santulli (2002) sobre as estratégias de comunicação política de Sílvio Berlusconi, no sentido de minimizar os efeitos das denúncias de corrupção. Trata-se, assim, de um processo de interpretação que visa ampliar o objeto de pesquisa inicial— “Cobertura jornalística da corrupção política”— num contexto de “crise” reconfigurando-o e abrindo caminho a novas investigações.



### III. MÉTODOS NA *ANÁLISE DOS MEDIA*

Esta parte da exposição sobre a *Análise dos Media* visa discorrer sobre os métodos de análise utilizados mais frequentemente. Recorde-se que a pesquisa é um ato de reflexão e de objetivação do pensamento que recorre a conhecimento estruturado (teorias e conceitos) e a procedimentos técnicos (métodos). Note-se que, independentemente da objetividade desejada, a pesquisa está condicionada pela matriz cultural do pesquisador, pelos diversos quadros teóricos de conhecimento mobilizados, bem como pelas opções metodológicas tomadas pelo sujeito da investigação (Deshaies, 1997: 25-59). Metodologia *significa etimologicamente, o estudo dos caminhos, dos instrumentos usados para se fazer ciências* (Demo, 1981: 7-8), envolve processos, métodos, técnicas ou procedimentos de análise (por exemplo, estatística) da informação (Deshaies, 1997: 27). A metodologia é, por isso, uma disciplina instrumental ao serviço da pesquisa que tem como ferramentas um conjunto de processos ou operações mentais designados por métodos.

#### 1. Métodos quantitativos e qualitativos

As metodologias são classificadas como quantitativas, qualitativas ou mistas. A primeira opção funda-se no levantamento de dados e privilegia o tratamento numérico das informações e dos fenómenos. O método mais utilizado é a análise de conteúdo, com recurso a procedimentos informáticos e estatísticos. As metodologias qualitativas assumem que há um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do pesquisador que não pode ser traduzido

em números. *A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave. O processo e seu significado são os focos principais de abordagem* (Silva e Menezes, 2001: 6). A pesquisa qualitativa recorre preferencialmente às análises textuais e à observação e tem como objetivo proceder à interpretação de informações, textos e documentos. Hoje em dia, a sistematização destes dados qualitativos faz-se por meio de *softwares* especializados (Bauer e Gaskell, 2002: 15-25). As metodologias mistas recorrem a perspectivas quantitativas e qualitativas e a técnicas de triangulação de dados.

Convém esclarecer que a pesquisa quantitativa tem uma abordagem epistemológica empírica e positivista, fundada no filósofo Augusto Comte (1798-1857), o que não impede de incorporar uma abordagem dedutiva aos fenômenos sociais (Neuman, 2007). Esta abordagem metodológica pretende, na generalidade, demonstrar tendências de evolução de uma teoria, assumindo a ideia de que o mundo real e objetivo existe para além dos sujeitos pensantes e que os seres humanos têm acesso a esse mundo real através dos sentidos. Segundo esta conceção empírica os fenômenos podem ser conhecidos quando se elimina o subjetivismo e se empreende a recolha regular de evidências, dentro do princípio que um bom conhecimento empírico resulta da correspondência entre as evidências descritas e interpretadas e o mundo que *está lá fora* (Gonzalez Rey, 2005). Neste sentido, a pesquisa quantitativa está centrada em dados recolhidos em textos, entrevistas, inquéritos, questionários ou sondagens, que posteriormente são tratados estatisticamente com recurso a *softwares*, como o Excel e o SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*). Refere-se que estas bases de dados incorporam procedimentos sofisticados de análise de conteúdo (Anders et al., 1998), nomeadamente a construção de um manual de procedimentos (*code book*), em que se encontram definidas as categorias de análise (variáveis) e as suas respetivas modalidades (Bauer e Gaskell, 2000).

As metodologias qualitativas têm, por sua vez, uma orientação construtivista que entende que a evidência é sempre observada por indivíduos e que a interpretação decorre de subjetividades. Neste sentido, a abordagem é indutiva e compreensiva, sendo que as ideias (teorias) e a experiência (codificada pelas linguagens) estruturam a forma como se acolhe e interpretam os fenômenos

(Guerra, 2006). Salienta-se que a pesquisa qualitativa incide em textos/documentos com o objetivo de proceder à análise através da interpretação, dando grande importância à qualidade e à coleta de dados. As técnicas inerentes a estas metodologias são as análises textuais e as que derivam da sistematização dos procedimentos de observação. Como se verá em seguida, são diversas as correntes de pensamento e as propostas conceituais e teóricas presentes nas análises textuais. Por sua vez, as técnicas de observação implicam níveis diferenciados de envolvimento dos pesquisadores. Por exemplo, a etnografia é uma das ferramentas qualitativas mais importantes na pesquisa social que envolve a participação do investigador no quotidiano da população investigada durante um certo período de tempo. O termo investigação etnográfica adquire múltiplas facetas, tais como inquéritos qualitativos, trabalho de campo ou pesquisa de terreno, métodos interpretativos e estudos de caso (Hammersley e Atkinson, 2007). Os dados recolhidos com recurso a estes métodos caracterizam-se por proceder de diversas fontes, serem pouco estruturados, de natureza diversa e incorporarem alguma subjetividade e incerteza. Por outro lado, a pesquisa etnográfica é fundamentalmente indutiva, utiliza a noção de mapa (situacional, social e de posição) para sistematizar conceitos e propor teorias.

Salienta-se, ainda, dentro das metodologias qualitativas, os estudos de caso que utilizam métodos quantitativos e qualitativos. Os estudos de caso são estratégias pluralistas de pesquisa que utilizam diversos métodos de recolha de dados, muitas vezes centradas em preocupações do pesquisador, que enuncia questões do tipo “como” e “porquê”. Este tipo de pesquisa é frequentemente utilizado na prospeção de problemáticas “novas” e em trabalhos académicos que visam apreender fenómenos previamente delimitados e pouco controlados. Os estudos de caso têm, deste modo, um papel exploratório (no sentido de mapear tendências e questões), uma função descritiva (expõem dados e indicadores e cotejam-nos) e explanatória (expõem situações únicas e tentam organizar elementos que possam ser generalizados em situações similares) (Yin, 2001: 21-25).

Sublinha-se que as pesquisas sobre os *media* e o jornalismo recorrem muitas vezes a métodos mistos ou a processos de triangulação o que aponta para a utilização, numa mesma investigação, de diversos métodos quantitativos ou

métodos quantitativos e qualitativos (Flick, 2005). São identificados quatro tipos de triangulação: triangulação de dados advindos de diversas fontes; triangulação no sentido de implicar diversos pesquisadores com diferentes perspectivas sobre a mesma investigação; triangulação teórica, ou a utilização de diversas teorias na interpretação dos resultados e triangulação metodológica, com o recurso a diversos contributos metodológicos (Denzin, 1978: 291). Nunca é demais chamar a atenção para o facto de que a utilização de métodos mistos indicia a crise do paradigma dominante (Santos, 1987) e reflete a complexidade dos fenómenos sociais e mediáticos.

## 2. Técnicas de análise do conteúdo

A análise de conteúdo é uma técnica de investigação, aplicável a todos os conteúdos dos meios de comunicação, que tem por finalidade a descrição sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto. Nos primórdios da análise de conteúdo estão os trabalhos do sociólogo alemão Max Weber, em 1927, que, a partir da análise sistemática de jornais levantou tendências comportamentais da sociedade do seu tempo. Paul Lazarsfeld e Harold Lasswell, dois fundadores da pesquisa em comunicação, nos anos 20 e 30 do século passado, utilizaram procedimentos de análise semelhantes a documentos sobre a I Guerra Mundial.

Na análise de conteúdo, a ênfase que os pesquisadores imprimem à “objetividade” e ao levantamento de conteúdos “manifestos” revela as ambições científicas deste método no estudo dos fenómenos sociais e humanos. Segundo Bauer e Gaskell (2000: 194), a sua utilização poderá contribuir para seis respostas possíveis a perguntas colocadas pelos pesquisadores: uma resposta descritiva (quantas notícias o jornal diário X publicou sobre um determinado tema, por exemplo imigração); uma resposta normativa, sobre a construção de constâncias ou “padrões” (por exemplo, quais são os “padrões” jornalísticos de cobertura da imigração); análises trans-seccionais (por exemplo, dois jornais cobrindo uma notícia específica sobre imigração durante um mês); análises longitudinais (onde se compara, no mesmo contexto, a cobertura da imigração por um tempo longo); análises de indicadores culturais, em que, conjunto com análises de conteúdo

longitudinais e outro tipo de análises qualitativas, se levantam mapas de tendências de comportamento sociais.

Nesta perspectiva, a análise do conteúdo objetiva quantificar e tratar estatisticamente dados recolhidos num conjunto alargado de textos (impressos, visuais, sonoros, etc.), com vista a construir inferências e interpretações. Trata-se de procedimentos que levam à construção de bases de dados e implicam uma fase de pré-análise, exploração do material selecionado e, por fim, o tratamento dos dados recolhidos. A análise de conteúdo exige que se defina um *corpus*, isto é, um conjunto de documentos/materiais/textos, sobre o qual incida a análise. Este *corpus* pode ser delimitado tendo em conta um tema, ou temas, questões de periodicidade e volume, mas sobretudo a representatividade do material selecionado. Um *corpus* de análise deverá ser sempre representativo, sob pena de os resultados não poderem ser validados e não alcançarem uma leitura universal.

Os procedimentos técnicos inerentes à análise de conteúdo implicam, ainda, a formulação de categorias unívocas de análise, isto é, categorias fundamentadas teoricamente e justificadas, de forma a atenuarem as ambiguidades de interpretação, utilizando-se para tal um instrumento de registo de definições, a que se dá o nome de *code book*. Este percurso, atualmente parametrizado em programas informáticos estatísticos, como o SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*)<sup>3</sup>, permite a codificação de dados e a criação de bases de dados. O desenho do programa envolve o planeamento (*Planning*); recolha de dados (*Data Collection*); base de dados (*Data Access*); gestão da base e pré-testes (*Data Management and Data Preparation*); análise de dados (*Data Analysis*); relatórios (*Reporting*); antecipação de tendências (*Deployment*).

A definição de variáveis e a sua codificação tem como pressuposto anterior a existência de conhecimentos estruturados no campo que se quer investigar. Quer isto dizer que a construção de variáveis capazes de responder à pergunta de partida e dar conta dos objetos e dos objetivos de uma pesquisa deverá

---

<sup>3</sup> Citam-se aqui os seguintes manuais e sites: Brymann, A. e Duncan, C. (1997) *Quantitative Data Analysis with SPSS for Windows*. London: Routledge; Howitt, D. e Cramer, D. (1997) *A Guide to Computing Statistics with SPSS for Windows*. Hertfordshire: Prentice Hall; Pereira, A. (2003) *SPSS, Guia prático de utilização*. Lisboa: Edições Sílabo: <http://www.spss.com>; <http://www.ats.ucla.edu/stat/spss>

resultar de um percurso teórico e empírico anterior. Em simultâneo, o processo de construção de variáveis e das suas modalidades ou indicadores terá de se sujeitar a pré-testes sobre o *corpus* selecionado, na tentativa de compreender se as variáveis e indicadores eleitos traduzem a multiplicidade de evidências ou fenómenos sociais que se pretende analisar.

*Exemplo:*

Toma-se como exemplo da análise de conteúdo com recurso ao SPSS, os projetos que se debruçaram sobre os *Media e a Imigração*<sup>4</sup>. Salienta-se que estas pesquisas se debruçaram sobre a cobertura jornalística da imigração em Portugal. Neste sentido, há um trabalho anterior à análise que incide no enquadramento teórico do tema e na contextualização do panorama mediático português. Desta forma, a análise de conteúdo tem como pré-requisito metodológico o levantamento de contextos e fatores históricos, económicos e sociais que envolvem o material, objeto, texto ou dados a analisar. A contextualização e a sistematização destes conhecimentos permitirão ao pesquisador quer formular hipóteses de trabalho, quer enunciar as categorias (variáveis) de análise.

As hipóteses de trabalho nos projetos *Media e a Imigração* visaram responder às seguintes questões: Qual o volume de peças publicadas e qual o meio impresso que mais publica sobre estas temáticas? Qual o género jornalístico mais utilizado? É possível estabelecer uma agenda política e mediática sobre a Imigração? Quais os temas mais abordados e quais os atores mais focados? Que fontes têm maior proeminência? Há possibilidade de identificar os locais e regiões onde estão localizados os acontecimentos reportados nas peças?

Nestes projetos identificaram-se três grupos de variáveis: variáveis de forma; variáveis de conteúdo e as variáveis de discurso. Recorde-se que as análises de coberturas jornalísticas envolvem, no mínimo, dois objetos complementares de pesquisa. No exemplo sobre *Media e a Imigração*, temos o

---

<sup>4</sup> Estes projetos sobre *Media e Imigração* foram realizados entre 2003-2008, com o apoio do Alto Comissariado para a Imigração e o Diálogo Intercultural (ACIDI) e a Entidade Reguladora da Comunicação (ERC).

objeto meio de comunicação (imprensa, televisão, etc.) e o tema imigrações. O objeto imprensa compreende as *Variáveis de Forma* que sistematizam os elementos descritivos formais do meio, tais como o número de identificação da peça (variável de identificação); nome do periódico onde a peça foi publicada (variável designação do meio); autor ou autores das peças (variável autoria); data de publicação da peça (variável data); espaço ocupado pela peça em parágrafos ou páginas (variável espaço); local dentro do periódico onde surge a peça (variável proeminência); gênero jornalístico da peça (variável gênero) ou ainda as variáveis que assinalam a existência de fotografias ou gráficos presentes nas peças.

As *Variáveis de Conteúdo* estão associadas ao tema da cobertura. No exemplo em apreço, elas foram construídas tendo em consideração: os fluxos migratórios internacionais (sobretudo na Europa) e em Portugal; os dados estatísticos sobre a imigração em Portugal e a legislação relativa à imigração. Por exemplo, estas variáveis podem identificar o local onde é relatado o acontecimento (variável local); a situação jurídica do imigrante referido na peça (variável estatuto); a nacionalidade do imigrante ou a etnia referida (variável nacionalidade); o tema principal à peça (variável tema 1); o tema secundário da peça (variável tema 2); o ator mais focado ou nomeado na peça (variável ator) ou ainda o gênero do ator (variável gênero) e a sua idade (variável idade).

As *Variáveis do Discurso* fundamentam-se em princípios de análises textuais respondendo, por exemplo, às seguintes questões: a) quais os enquadramentos que são realizados nas peças que focam a Imigração e os imigrantes; b) qual é o tom mais utilizado nas peças que falam da imigração e dos imigrantes; c) qual a argumentação mais referida. Estas variáveis podem, por exemplo, caracterizar o tipo dominante de narrativa (variável narrativa); o tom dominante da peça (variável tom); a argumentação dominante (variável argumentação); as vozes citadas nas peças (variável vozes).

Especificando os resultados obtidos pelas técnicas de análise de conteúdo com recurso ao SPSS nos projetos *Media e a Imigração* que analisaram os conteúdos de diários, semanários e revistas portuguesas de 2003 a 2008, pode-se observar que a Imigração está constantemente associada ao “Crime” e a situações de alarme social.

**Quadro 2** — Temas dominantes na imprensa (2003-2008) em percentagens

Temas dominantes na Imprensa	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Acidentes/Incidentes	0,7	4,1	12,5	4,0	5,2	1,9
Agenda	4,7	5,6	7,2	3,6	2,6	3,0
Clandestinidade	15,7	12,2	8,2	20,8	22,6	20,2
Crime	17,9	19,5	26,2	21,4	22,5	36,4
Discriminação/Racismo	5,7	6,8	8,1	6,3	12,1	9,0
Estadística	5,0	6,0	5,3	5,6	4,7	6,4
Habitação	3,7	2,3	4,6	5,3	3,6	3,0
Integração/Direitos	13,5	14,3	13,7	6,9	8,5	13,8
Legalização	9,4	9,1	3,1	3,8	4,0	1,0
Legislação	7,6	8,5	7,6	11,2	12,4	8,1
Máfia	4,2	1,3	0,7	7,8	8,3	5,8
Prostituição	8,8	5,8	8,5	5,0	4,6	3,4
Segurança	6,0	5,1	6,7	3,9	5,6	4,7
Trabalho	13,8	10,2	6,8	7,4	5,6	3,7

Observa-se, neste quadro, a constância dos valores registados em “Crime” o que permite concluir que é uma tendência e um padrão de cobertura sobre a Imigração. No entanto, estes resultados não permitem aprofundar, nem a natureza do “Crime” nem se os imigrantes são os atores ativos (criminosos) ou passivos (vítimas) do “Crime”.

Para responder a esta pergunta, é possível criar novas categorias de análise de conteúdo que permitam avaliar a qualidade do ator associado ao Crime (Quadro 3).

**Quadro 3** - Qualidade em que surge o imigrante face ao “Crime” (2008)

Qualidade em que surge o imigrante face ao “Crime”	Número de notícias	% no total de notícias sobre o “Crime”
Autor	621	52,4
Vítima	196	16,6
Autor/Vítima	362	30,6



Apesar de o Quadro 3 permitir perceber que há um grande número de notícias em que os imigrantes surgem como autores de “Crime”, e ser possível, através de outros cruzamentos estatísticos, identificar quais são os imigrantes ou grupos minoritários mais associados pela imprensa a estes fenómenos, a análise de conteúdo não permite chegar aos discursos que originaram estes registos. Assim, a crítica que se faz a este método é concentrar-se no levantamento de grandes saliências temáticas, dando a todas igual peso e tratamento, esquecendo que há relações de sentido que não são possíveis de apreender por meio deste método.

Para muitos pesquisadores, nomeadamente para Gitlin (1980), Shoemaker e Reese (1996), a construção de uma base de dados e a aplicação a um conjunto de textos, previamente selecionados, de códigos pré-definidos, não garante a apreensão dos conteúdos e muito menos dos significados presentes nos textos e discursos. Por esta razão, os teóricos e metodólogos da análise crítica procuram integrar nesta análise procedimentos que visam captar características da análise textual, tais como a narrativa, a argumentação e a retórica (Neuendorf, 2002).

### 3. Técnicas de análise textuais

Nesta parte da exposição pretende-se discorrer sobre as análises textuais, ou de texto, que têm uma história teórica e metodológica mais recente, fundamentalmente, inscrita nos países europeus. Salienta-se que, enquanto a análise de conteúdo é um método utilizado transversalmente nas Ciências Sociais, as análises textuais estão preferencialmente associadas às Humanidades, sobretudo ao desenvolvimento da Linguística, dos Estudos Literários e da Filosofia. Entre as análises textuais destacam-se as análises semióticas, semiológicas e estruturalistas, a análise do discurso e análise crítica do discurso. Ao avançar com estas classificações, tem-se consciência não só da simplicidade teórica, como da imprecisão destes “rótulos”, mas o objetivo é descrever de forma sucinta as técnicas de análise dos *media* que se fundamentam nestas correntes de pensamento.

Entre a década de 70 e o início da década de 80 do século XX, a corrente semiótica alcançou relevância teórica e académica notória, que, em parte, se consolidou, em função das alianças estabelecidas com o movimento estruturalista.

O cinema foi o objeto de análise por excelência deste movimento de reflexão que surge como uma constelação de estudos sobre arte, literatura, antropologia e cultura de massa, em que o uso de conceitos e instrumentos linguísticos é apenas esporádico (Woolacott, 1995: 94-95). Assinala-se, no entanto, que muitos destes conceitos migraram para os estudos sobre os *media*, independentemente de serem difíceis de aplicar à análise de mensagens veiculadas por exemplo pela imprensa ou a televisão.

Dos princípios desenvolvidos pelo linguista suíço, Ferdinand de Saussure (1857-1913), a análise dos *media* retirou a ideia que o sentido emana do sistema de linguagem e que se deve estudar os sistemas de sentido presentes na vida social, por exemplo, os sistemas de comunicação, os rituais ou a moda. Convém recordar que Saussure considera a linguagem como um complexo conjunto de processos resultantes da atividade psíquica condicionada pela vida social; a língua como um conjunto de convenções necessárias adotadas pelo corpo social, compreendendo o sistema gramatical, lexical e fonético e a fala como execução individual da língua. Dentro desta conceção, a língua é composta por unidades discretas que definem uma combinatória, sendo que os signos se apresentam como as unidades fundamentais da língua que unificam um significado (conceito) e um significante (imagem acústica). Por sua vez, o significado está ligado arbitrariamente a um conjunto de sons que lhe servem de significante, sendo que a arbitrariedade está no facto de um signo, e não um outro, ser aplicado a um determinado elemento da realidade e se relacionarem através da oposição e não na diferença.

Nesta linha teórica, foram desenvolvidos estudos empíricos, no final da década de 60 e nos anos 70 do século XX, sobre léxico e vocabulário associados a diversos temas, nomeadamente à imigração e ao trabalho. Por exemplo, os trabalhos de Michel Pêcheux (1969), sobre a análise automática do discurso, partem do princípio que a linguagem reflete a história e as relações de poder, sendo possível, através de levantamentos automáticos de vocabulário, mapear os grandes campos de sentido (campos semânticos) de um texto. Assim, uma notícia sobre operários ou imigrantes revelará a memória histórica e cultural e as relações de poder plasmadas na linguagem utilizada. Na esteira desta distinção saussuriana, a linguagem da comunicação apresenta-se como um campo alargado de reflexão interdisciplinar que abrange a linguagem verbal,

as linguagens não-verbais (gesto, som, imagem, ocupação espacial, etc.) e as linguagens derivadas dos dispositivos tecnológicos inerentes a cada meio de comunicação (Babin, 1993).

Recorda-se, ainda, que a Semiologia é a ciência das grandes unidades significantes do discurso, entendidas como sistemas de comunicação e Roland Barthes (1915-1980), um dos autores que mais contribuiu para a análise dos sistemas de comunicação e dos conteúdos mediáticos. Segundo Barthes, os discursos, cultural e socialmente mais estruturados, originam cadeias de conceitos (mitos), através dos quais os membros de uma determinada cultura compreendem um tema ou uma experiência social. Por exemplo, o *Outro* em qualquer cultura é apreendido por meio das experiências culturais dessa cultura, nomeadamente pelas experiências coloniais. Segundo este autor, se os *mitos primitivos* incidiam sobre a vida e a morte de deuses e homens, sobre o bem e sobre o mal, os *mitos modernos* incidem sobre o quotidiano individual ou coletivo, tendo como objetivos fundamentais produzir novas significações e naturalizar significações inconvenientes para os grupos dominantes. Por exemplo, no texto o *Mito hoje* de *Mitologias*, editado em 1957, Roland Barthes (1988: 187-188) traça a imagem da colonização francesa através da análise da capa da Revista Francesa *Paris Match*, onde se vê a imagem de um jovem africano vestido com o uniforme francês. No texto lê-se:

*...eu estou na barbearia, dão-me um número de Paris-Match. Na capa, um jovem negro vestido com um uniforme francês faz a saudação militar, com os olhos erguidos, fixados certamente numa prega da bandeira tricolor. Esse é o sentido da imagem. Mas, quer eu seja ou não ingênuo, vejo bem o que ela me significa: que a França é um vasto Império, que todos os seus filhos, sem distinção de cor, servem fielmente sob a sua bandeira, e que não há melhor resposta aos detractores de um pretenso colonialismo do que o zelo deste negro em servir os seus opressores...* (Barthes, 1988: 187)

Barthes considera que esta capa de revista apresenta ao leitor um sistema semiológico, onde há um significante formado por um sistema prévio (um soldado negro faz a saudação militar francesa), bem como a incorporação de um significado que conjuga francesismo e militarismo, gerando a presença do significado

através do significante. Nesta perspetiva, os textos mediáticos devem ser analisados dentro do sistema de linguagem que lhes deu origem, isto quer dizer que, por exemplo, as análises de televisão, devem ter em conta não só o sistema de linguagem verbal como a linguagem de produção de televisão, nomeadamente os diferentes dispositivos — espaciais, temporais, técnicos, tecnológicos e outros — que atribuem sentido às imagens de fluxo. Outros conceitos importantes da semiologia que migraram para a *Análise dos Media* foram a denotação, a conotação, a arbitrariedade do signo, a motivação, a codificação e a decodificação. A denotação refere-se ao conteúdo manifesto de um signo ou conjunto de signos é, por isso, um elemento estável e não subjetivo que descreve a relação entre significante e o significado no interior do signo e a relação do signo com o seu referente exterior. A conotação constitui o conteúdo latente, envolve elementos subjetivos e variáveis em função do contexto, descrevendo a interação que ocorre quando o signo se encontra com sentimentos, emoções e valores dos utilizadores de uma cultura.

A arbitrariedade do signo, isto é, o facto de não existir motivação entre significante e significado acentua o papel da convenção, a qual permite descrever as regras através das quais os signos arbitrários funcionam. Esta característica explicitada por Saussure (1839-1914), fundador da semiótica, permite construir e desconstruir imagens fixas ou em movimento, a partir da distinção entre signos icónicos, indiciais e simbólicos. Na conceção deste filósofo e lógico, o signo refere-se a um objeto (algo diferente de si mesmo) e tem um efeito na mente de um interpretante. Por exemplo, há uma convenção formal de que o signo “cão” se refere a um animal mamífero de quatro patas e não a um elemento de decoração. Mas há também outro tipo de convenções como as que são inerentes aos movimentos de câmara na televisão: o *close* é um signo de “atenção a um objeto”. Esta distinção equilibra o papel do codificador (quem seleciona o signo/objeto) e do decodificador (quem atribui sentido ao signo ou mensagem) e oferece elementos para se pensar os processos de apropriação e receção das mensagens mediáticas.

Aprofundando a utilização destes conceitos, Fiske (1993: 141-142) apresenta a análise de uma única fotografia — que foi manipulada em dois jornais britânicos — tirada durante o Carnaval de Notting Hill (Londres, 1976) onde se registaram confrontos entre jovens negros e a polícia. Segundo o autor, a fotografia

foi utilizada nos dois jornais no sentido de enfatizar os elementos denotativos, constituídos por vários sinais visuais (integrantes de um sintagma): em primeiro plano, o grupo de jovens negros e o grupo de polícias; em seguida, a multidão de negros à volta da cena, num enquadramento urbano degradado, com uma única árvore para onde se dirige o foco. Na análise Fiske refere:

*...O sintagma coloca estes sinais numa relação especial, de confronto, que está de algum modo ligada, talvez fortuitamente, ao enquadramento negro urbano... Na página (do jornal), estes significantes tornam-se signos quando os interpretamos, ou seja, quando os relacionamos com significados ou conceitos mentais. Temos conceitos da polícia, dos negros, do centro da cidade e das árvores... Estes significados são o resultado da nossa experiência cultural: sabemos reconhecer as figuras em uniforme como polícias e não, por exemplo, como membros do Exército de Salvação, e o nosso significado de negros tem em conta que eles são imigrantes comparativamente recentes que se destacam numa sociedade predominantemente branca (Fiske, 1993: 142-144).*

Esta análise de Fiske pode ser transposta, com muitas semelhanças para Portugal, nomeadamente para o chamado “arrastão de Carcavelos”. A partir de um facto ocorrido na praia de Carcavelos, nos arredores de Lisboa, no dia 10 de junho de 2005, os *media* construíram um “acontecimento ou pseudo-acontecimento”, que designaram “arrastão” (lexicalização brasileira), utilizando duas fotografias a que deram diversos enquadramentos. Os jornais, mas sobretudo as televisões, dado não existirem imagens em movimento sobre o facto, manipularam as fotografias de testemunhas oculares com o objetivo de multiplicar os textos visuais ilustrativos do acontecimento.



Fig. 1 — Fotografia do acontecimento na praia de Carcavelos (Distrito de Lisboa)  
Fonte: Andringa, A. (2005) [http://maquinazero.files.wordpress.com/2006/06/arrastao\\_carcavelos.gif](http://maquinazero.files.wordpress.com/2006/06/arrastao_carcavelos.gif)



Fig. 2 — Fotografia do acontecimento na praia de Carcavelos (Distrito de Lisboa)  
Fonte: Andringa, A. (2005) [http://1.bp.blogspot.com/\\_fqqaJoECa0g/SE6LEB\\_cxsI/AAAAAAAAAe0/UPbu8GFcMnE/s400/arrastao3.jpg](http://1.bp.blogspot.com/_fqqaJoECa0g/SE6LEB_cxsI/AAAAAAAAAe0/UPbu8GFcMnE/s400/arrastao3.jpg)

Estes exemplos levantam a problemática dos procedimentos de codificação e descodificação presentes nos *media*. Os textos mediáticos refletem a conexão entre o codificador e o descodificador, mas nunca numa posição de simetria, na medida em que o primeiro concentra o “poder” de selecionar e embutir nas mensagens as leituras dominantes ou preferenciais. Explicitando melhor, a forma de construir a mensagem, a codificação utilizada, inclui elementos que orientam para uma leitura “preferencial” fundada em valores culturais e tradicionais da lei e da ordem, que consolidam pré-conceitos e eliminam potenciais ruturas com a estrutura social estabelecida. Como refere Fiske (1993: 150) a propósito da fotografia do Carnaval de Notting Hill, a *significação preferida relaciona o “problema racial” com o “problema da juventude” ou conflito de gerações”... mas veda a ligação potencial de “raça” com “classe”, uma ligação muito mais explosiva...*

O conceito de “poder”, presente nos fatores que levam à leitura preferencial, fundamenta muitos dos trabalhos integrados na corrente estruturalista, nomeadamente a obra de Michel Foucault (1926-1984). Para este filósofo nada é exterior ao “poder” e o discurso é o processo privilegiado de fazer e reproduzir sentidos. Os discursos (textuais, visuais, sonoros, etc.) são, ainda, o produto de formações sociais, históricas e institucionais — onde se incluem os meios de comunicação — que detêm os “poderes” de definir os sentidos. Assim, todos os discursos, incluindo os mediáticos e mediatizados, são relações de poder e representam a “luta” pela dominação e hegemonia de um grupo ou grupos. Complementarmente, o filósofo considera que todos os indivíduos são precedidos por discursos estabelecidos em que as subjetividades já estão representadas, por exemplo as de classe, género, etnia, idade, profissionais e outras.

Esta conceção de “poder” domina a Linguística Crítica, uma corrente de pensamento que emergiu nos finais da década de setenta liderada por linguistas ingleses, australianos, neozelandeses e holandeses, nomeadamente Halliday, Fairclough, Fowler, Allan Bell e Theo van Dijk. Apesar das análises dos *media* realizados por estes autores não se fundamentarem todas nos mesmos princípios teóricos e nos mesmos procedimentos metodológicos, elas têm em comum a preocupação pelas estruturas dos textos mediáticos e pela contribuição dos *media* para a produção de sentidos sociais, tais como a emergência de novos valores, de identidades e de relações de “poder”. Entre os princípios teóricos partilhados



está o conceito de discurso, advindo da conceção foucaultiana, entendido como uma forma de interação entre os usos da linguagem e as estruturas sociais que mobiliza, tanto do lado do emissor, como do recetor. Por consequência, quando se fala em “discurso”, aborda-se a linguagem como um tipo de prática social e não como uma atividade puramente individual, ou como reflexo de variáveis situacionais.

Esta abordagem implica, em primeiro lugar, a assunção de que o discurso é um modo de ação e um modo de representação e, em segundo lugar, que há uma relação dialética entre discurso e estrutura social (Fairclough, 1992: 63-64). Sendo o “discurso” um modo de ação e uma fala ou texto onde se expressam crenças, valores e representações, ele inclui uma “visão do mundo” (para muitos designada “ideologia”) que cabe aos analistas explorar.

Na perspetiva dos estudos empíricos, esta corrente propõe que as análises do discurso sejam antecipadas pelos seguintes procedimentos: 1. Formulação de perguntas de carácter sociológico que identifiquem “problemas sociais” recorrentes (por exemplo, a relação entre abandono escolar, baixos salários, altos índices de criminalidade entre os filhos de imigrantes); 2. Identificação dos agentes sociais envolvidos e as possíveis relações dialéticas existentes (por exemplo, empresas dos *media*, jornalistas e fontes); 3. Levantamento de possíveis relações de poder e de visões do mundo (por exemplo, os imigrantes vêm “roubar” o trabalho dos portugueses); 4. Mobilização de conhecimentos transdisciplinares e de metodologias plurais, com vista a responder aos desafios da análise (conceitos e princípios de sociologia, antropologia, economia, etc.).

Só após cumpridos estes pré-requisitos se deve empreender a análise do discurso propriamente dita, que pode ser sistematizada em fases que, por sua vez, requerem alguns outros procedimentos internos (Deacon et al., 1999: 174-178). Convém iniciar a análise procedendo-se à determinação do contexto, da composição e das relações intertextuais e, em seguida, deve-se procurar identificar as estruturas e as características textuais ou de género, bem como as temáticas e os atores envolvidos.

A determinação das relações intertextuais presentes num texto mediático (por exemplo num jornal, num jornal televisivo ou notícia) é um dos fatores da análise do discurso que permite estabelecer a “teia” de significações e sentidos sociais do texto. Por outro lado, só a determinação da posição de um jornal —

a que empresa pertence, qual a sua orientação e público, anunciantes, diretores e redatores —, de um telejornal — se é emitido num canal público ou privado, qual o horário, os alinhamentos, etc. — ou de uma notícia (em que página se situa, ou em que posição no alinhamento do telejornal, etc.), permitirá estabelecer a relação com outros produtos e géneros mediáticos, bem como discorrer sobre a relevância do objeto que se pretende analisar. Por exemplo, no ano de 2003, o caso “Mulheres de Bragança” (um facto que consistiu na denúncia de casas de prostituição de mulheres brasileiras na cidade de Bragança) chamou a atenção para o agravamento dos fenómenos de tráfico e prostituição de mulheres, que se praticava ao abrigo das “casas de alterne”. Coincidindo este fenómeno com o aumento da imigração de cidadãos, homens e mulheres, originários do Brasil, o estigma da “prostituição” veio a colar-se às imagens da mulher brasileira, independentemente da sua profissão e atividade.

Nas imagens (fig. 4) pode-se notar a utilização que um noticiário televisivo faz da capa da revista *Time* — de outubro de 2003 (fig. 3), quando foi denunciado o aumento de casas de prostituição na região da cidade de Bragança — para veicular uma notícia sobre “rugas” a “casas de alterne”. A intertextualidade é evidente entre a capa da revista, publicada em 2003, e o uso que é feito dela na peça do jornal televisivo, em 2005, de que apenas se apresenta uma imagem fixa.



Fig. 3 — Capa da Revista Time de 20 de outubro de 2003



Fig. 4 — Frame Jornal Nacional da TVI de 31 de janeiro de 2005

Seguindo a metodologia proposta por Deacon et al. (1999: 175), estas duas imagens permitem estabelecer relações de tópicos ou temas transversais que apontam para valores e “visões do mundo”. Embora não haja referências diretas no discurso textual e visual à imigração nem às mulheres brasileiras, as leituras preferenciais, agravadas por um “machismo” latente, irão apontar nesse sentido, como já demonstraram alguns estudos realizados (Ferin, 2005).

Aos procedimentos anteriormente enunciados segue-se a identificação do tipo textual ou género, que condiciona o desenvolvimento das temáticas e simultaneamente organiza as estruturações das situações sociais, os papéis dos participantes, atribuindo-lhes finalidades e intenções. Como se percebe, a análise da forma textual é um meio de aceder à compreensão da organização social e cultural. Exemplificando, nem sempre existe coincidência entre os papéis gramaticais e discursivos e os que de facto desempenham determinados atores nas práticas sociais. Esta constatação demonstra como o “poder” num discurso é distribuído em função da capacidade, desigual, dos atores participantes controlarem a produção de textos, a sua distribuição e o seu consumo (Pedro, 1998: 35).

Como ilustração do anteriormente exposto, refere-se uma pesquisa realizada em 2000 (Cunha, 2003: 71-87) sobre a cobertura da imigração na imprensa portuguesa, onde os atores “socialmente percebidos como de origem africana”, foram identificados como pertencentes às “2.ªs e 3.ªs gerações de filhos de imigrantes”, muitos dos quais já nascidos em Portugal e com nacionalidade portuguesa. Estes “atores” surgiam nas peças jornalísticas, nos meses de julho e agosto (recorde-se que em julho se deu o caso do “Assalto às bombas da CREL”), em títulos de primeira página como:

... «Reportagem nas zonas problema: Viagem ao interior dos “gangs” da Grande Lisboa» (*Público*, 1ª página, com fotografia, 02/07/2000); «Dez por cento dos reclusos, na maioria africanos: estrangeiros cumprem penas altas em Portugal» (*Público*, 1º página, com fotografia, 04/07/2000); «Vítimas identificaram jovens detidos pela PSP: Acusados de assaltos a gasolinhas vão amanhã a tribunal. Ontem registaram-se mais dois furtos» (*Diário de Notícias*, 1ª página, com fotografia, 23/07/2000); «“Gang” na cadeia: Juiz determina a prisão preventiva de seis elementos do “gang” e o internamento de um menor numa casa de correção» (*Diário de Notícias*, 1ª página, com fotografia, 25/07/2000) (Cunha, 2003: 79).

Na mesma pesquisa, a análise mais pormenorizada dos atores aponta:

100

*“...para um ator social incluso (isto é, nomeado e personalizado) normalmente passivo (poucos discursos relatados na primeira pessoa quer pelo recurso a entrevistas quer por nomeação de testemunhas ou fontes) mas frequentemente determinado e diferenciado de forma relacional (através da nomeação de características socioeconómicas), por identificação física (as peças fazem referência à idade, etnia, cenário/local do acontecimento, bairro de origem, origem dos pais) e simbólica (quase sempre referência à não existência de valores). No conjunto das peças, a fotografia, que muitas vezes apresenta um discurso contrário ao discurso da peça, é um grande apoio à definição e caracterização pública do ator social (Cunha, 2003: 79).*

Estes e os anteriores exemplos demonstram que a análise textual — na perspectiva da semiologia, da semiótica e da análise crítica dos discursos — é um processo em constante construção e reconstrução de significações, onde interagem as macro e micro estruturas sociais. Considerar as macroestruturas sociais — a distribuição do poder e os recursos disponíveis dentro do sistema social — e as microestruturas sociais, lugar onde é vivida e experienciada a prática social — torna-se a garantia de compreensão dos diversos fatores de comunicação.

#### IV. CONCLUSÃO

Ao longo destes capítulos, discorreu-se sobre a *Análise dos Media*, partindo do pressuposto que esta atividade tem como fundamento princípios, conceitos e objetivos pertencentes à teoria social e à pesquisa social os quais determinam, por sua vez, um conjunto de opções teóricas e metodológicas com vista à produção de conhecimento social (Neuman, 2007: 3).

No primeiro capítulo, sublinhou-se que a pesquisa sobre os *media* pressupõe que se eleja o fenómeno social como campo específico de análise e se mobilizem teorias que explicitem as relações entre as instituições políticas, económicas e culturais. Só a partir da mobilização destes enquadramentos teóricos e concetuais se torna possível explicitar as evidências, ou fenómenos, inerentes aos *media* e aos seus impactos na sociedade. Evidenciou-se, igualmente, que a *Análise dos Media* deve estar enquadrada não só nas teorias sociais, como nas teorias sobre os *media* e o jornalismo e, simultaneamente, contribuir para a produção de conhecimento sobre os *media*. Com este objetivo explicitou-se como se processa a descoberta científica e como esta atividade constitui um empreendimento altamente organizado e institucionalizado. O objetivo foi mostrar que os procedimentos científicos, obedecendo a padrões e a regras estritas, vão criando situações de inconformismo e de incapacidade de resposta perante novos fenómenos, originando crises e ruturas nos padrões habituais de interpretação e resolução de problemas (Kuhn, 1970). Foi também intuito desta exposição colocar a *Análise dos Media* no campo das ciências sociais e, conseqüentemente, da teoria social, evocando conceitos e teorias fundadoras. Com estes objetivos, a estratégia é aprofundar conhecimentos sobre a ciência em geral, inculcando o seu interesse pela pesquisa social e, mais especificamente, sobre

os *media* e o jornalismo. Neste sentido, a referência à obra de Thomas Kuhn (1970), *A estrutura das revoluções científicas*, pretende estimular a inquietação e a curiosidade sobre a gênese dos fenômenos científicos e, ao mesmo tempo, a necessidade de estudar os fatores exteriores que estão na origem da transformação do pensamento científico. Na mesma linha, insere-se a menção ao texto *Um discurso sobre a ciência*, de Boaventura de Sousa Santos (1987), que discorre sobre a necessidade de fazer reverter a atividade científica para a sociedade como um todo, através de práticas que contribuam para uma melhor vida em sociedade, não só ao nível local como também na perspetiva do mundo globalizado. A leitura desta obra envolve, ainda, a reflexão sobre senso-comum e autoconhecimento. Enfatizou-se, assim, a necessidade de o conhecimento científico chegar ao cidadão através de conhecimento socialmente partilhado e reforça-se a ideia de que só é possível um conhecimento da sociedade a partir do autoconhecimento exercitado na autoanálise e na análise do mundo.

Estas explanações visaram mostrar como a pesquisa sobre os *media* está vinculada à formação científica e cidadã dos seus profissionais. Ao mesmo tempo, enfatiza o caráter social desta pesquisa e os seus potenciais reflexos na qualidade dos conteúdos dos *media*, bem como no desenho e orientação de políticas públicas e de interesse público.

O segundo capítulo apresenta o desenho de uma pesquisa tendo como tema a “Cobertura jornalística da corrupção política”. Este percurso apresentou enquadramentos e ferramentas metodológicas, com vista a permitir desenhar uma pesquisa científica. Em sequência, evoca-se o texto de Silverman (2006), *Research and social theory*, que relaciona teoria e pesquisa, focando como se constroem modelos de análise e se teoriza a partir de dados. Ressalta-se, também, que, ao utilizar como exemplo o tema da corrupção política se procurou alertar para o papel dos *media* na cidadania, tendo em conta que, na adversa conjuntura das democracias ocidentais, onde a perceção do cidadão comum enquadra a governação como uma agência administrativa dos grandes interesses do capital e das finanças, as análises de desocultação e de transparência nos *media* sobre a corrupção política adquirem relevante valor simbólico.

Com estes pressupostos, apresentam-se as dimensões contextuais da análise da “Cobertura jornalística da corrupção política”, ressaltando os conceitos fundadores do campo da política, as características do panorama mediático português



e os princípios metodológicos que alicerçam o desenho desta pesquisa. Em seguida, justifica-se a escolha do objeto da pesquisa, salientando-se a pertinência do tema no contexto nacional e internacional. Realça-se também que a escolha deste tema permite contribuir para o aprofundamento da democracia e para uma qualificação da ação dos *media* e qualidade do jornalismo. Por último, desenvolveram-se as etapas de investigação científica, tendo como parâmetro os princípios metodológicos e as questões inerentes à cobertura jornalística da corrupção política.

No terceiro capítulo, discorreu-se sobre os métodos de *Análise dos Media*. Para melhor compreensão destes métodos, foram utilizados exemplos retirados de pesquisas nacionais e internacionais. Fez-se uma distinção entre métodos quantitativos e qualitativos e apresentaram-se as respectivas técnicas mais utilizadas. Na descrição dos métodos e das técnicas pretendeu-se mostrar as vantagens e desvantagens da sua utilização e os resultados expectáveis a partir da sua utilização. Esta exposição teve como finalidade identificar as metodologias mais apropriadas aos objetivos da pesquisa, bem como estimular a formulação de perguntas de investigação sobre objetos mediáticos.

Como conclusão sublinha-se que tanto Apadurai (2001) como Alasuutari (2005) e Santos e Meneses (2010) valorizam as novas áreas temáticas e a imaginação científica que as fundamenta. Esta unanimidade inclui a conceção de “área” como um agregado relativamente estável, caracterizado por determinados traços, oriundos de percursos e fronteiras históricas disciplinares, com uma unidade composta por uma ou mais permanentes propriedades. Já a imaginação é vista como o motor da pesquisa e surge como a capacidade de inquirir, perguntar e pesquisar sobre o que não é conhecido.

É nestas conceções que se fundamentam muitas das opções tomadas relativamente à *Análise dos Media*, promovendo a ideia de “área” de estudos sobre os *media* e o jornalismo. Aproximar as práticas profissionais à reflexão sobre elas mesmas, criar uma consciência sobre o exercício da atividade profissional, nomeadamente dos jornalistas, na sociedade, proporcionando um espaço de reflexão sobre as práticas, rotinas, organizações e instituições, constituiu um dos desafios colocados à *Análise dos Media*. Retomaram-se, por essa razão, algumas das questões colocadas por Zelizer (2004) sobre as relações entre o jornalismo enquanto prática e o jornalismo enquanto objeto de pesquisa académica.

Enfatizaram-se, assim, teorias e modelos que se debruçam sobre empresas dos *media* e do jornalismo, sobre a concetualização das notícias, práticas e perfis dos jornalistas, assim como efeitos e impactos. Na continuação destas preocupações, pretendeu-se chamar a atenção para a ideia de “qualidade” nos *media* e a associação que tem com as questões de cidadania, nomeadamente no que concerne às quatro dimensões da esfera pública observadas por Dahlgren (1995: 11-13): estrutura social, instituições mediáticas, representações dos *media* e interação sociocultural. Se as questões relativas à qualidade dos *media* são teoricamente controversas (Mulgan, 1990: 4-32), a sua vinculação à cidadania tem como objetivo a sua clarificação. A "qualidade" envolveria padrões profissionais de produção, indicadores de apetência e consumo expressos pelos cidadãos, qualidades estéticas e éticas e refletiria a diversidade social.

Procurou-se ainda fomentar a construção deste campo de pesquisa dos estudos sobre os *media* e o jornalismo através do rigor metodológico, recorrendo à apresentação de métodos quantitativos e qualitativos e a técnicas de análise de conteúdo e textuais. Neste percurso, salientou-se o papel da linguagem, na medida em que não há conhecimento dos fenómenos sociais que não passe pela linguagem culturalmente situada (Meluci, 2005: 33). Por outro lado, enfatizou-se a relação entre o observador e o campo de observação. Chamou-se a atenção para as condições que envolvem o ato de conhecer, para os processos mentais que envolvem este ato e as formas consagradas na epistemologia geral, através de abordagens dedutivas — que se iniciam com o estabelecimento de relações lógicas entre conceitos que deverão ser confrontados com evidências empíricas — ou indutivas, que começam quando se observa detalhadamente um objeto do mundo, e se busca formular ou cotejar, a partir dessa observação, uma ideia ou abstração (Ragin, 1994: 31-52; Neuman, 2004: 29-32; Silverman, 2004: 54-55). Ressaltou-se, igualmente, a complexidade do ato de observar, que envolve uma aprendizagem constante, o recurso a conhecimentos gerais e disciplinares, metodologias estruturadas de recolha de dados, bem como a busca de significado sociológico para os dados recolhidos (Peretz, 1998: 15).

Sublinhou-se, por fim, que não há conhecimento estável e absoluto, mas sim processos de aproximação ao conhecimento que permitem interpretações plausíveis. Esta perspetiva sobre o conhecimento não invalida a existência de um conhecimento confiável, resultante de um sistemático procedimento de pesquisa,

mesmo quando fundado na observação empírica do mundo. Por outro lado, estes procedimentos e estas estratégias face aos objetos levam à necessidade de se repensar a pesquisa sobre os fenómenos sociais e mediáticos, no sentido de a compreender como uma tradução *de um certo sistema de relações sobre um outro sistema de relações que é aquele da comunidade científica ou do público* (Melucci, 2005: 34). É por esta razão que *Análise dos Media* é uma área de conhecimento estruturante. Mas é, também, por esta razão que a análise dos *media* incomoda as empresas dos *media* e alguns dos seus profissionais, quando observa interesses deste sistema e os coloca face aos interesses de uma outra comunidade, nomeadamente da comunidade científica e dos cidadãos em geral.

(Página deixada propositadamente em branco)

## V. BIBLIOGRAFIA COMENTADA

Neste capítulo, faz-se uma apresentação da bibliografia fundamental para a área de *Análise dos Media*, bem como de fontes onde se pode encontrar bibliografia especializada.

Recomenda-se o acesso a sites como a b-on.pt (<http://www.b-on.pt/>), biblioteca *online* de ciências da comunicação (<http://www.bocc.ubi.pt>) e repositórios das universidades e institutos de ensino superior portugueses nas áreas de ciências sociais, ciências da comunicação, estudos sobre os *media* e do jornalismo. É relevante a consulta a revistas desta área com *referees*, tais como *Comunicação & Linguagens* (Universidade Nova de Lisboa), *Comunicação & Cultura* (Universidade Católica Portuguesa de Lisboa), *Comunicação e Sociedade* (Universidade do Minho), *Media & Jornalismo* (Centro de Investigação Media e Jornalismo), *Trajectos* (Instituto Superior das Ciências do Trabalho e da Empresa, ISCTE, Instituto Universitário de Lisboa), *Revista Lusófona de Humanidades e Tecnologias* (Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias). Outras revistas das áreas de Ciências Sociais e de Humanidades, são igualmente relevantes, por exemplo, a *Revista Crítica de Ciências Sociais* (Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra, CES/UC), a *Revista Sociologia Problemas e Práticas* (ISCTE), a *Revista Estudos do Século XX* (Centro de Estudos Interdisciplinares do Século XX/UC), Anuário Internacional da Comunicação Lusófona (sediado neste momento, 2011, na Universidade do Minho). Salienta-se ainda o portal de revistas da área de comunicação, estudos dos *media* e jornalismo do Brasil (Revcom, [www.revcom.portcom.intercom.org.br/](http://www.revcom.portcom.intercom.org.br/)), que inclui textos em português e espanhol, bem como sites de grandes editoras em língua inglesa como a *Sage* e a *Routledge*. Mostra-se que estas revistas têm, na generalidade, acervos

disponíveis, ou sob a forma de resumos, ou em textos integrais em PDF, permanente ou periodicamente acessíveis em sítios da Internet.

108

Foca-se ainda os sítios de instituições que coletam dados na área da comunicação, dos *media* e das telecomunicações, tais como a ANACOM (Autoridade Nacional das Comunicações, [www.anacom.pt/](http://www.anacom.pt/)), o OBERCOM (Observatório da Comunicação, [www.obercom.pt/](http://www.obercom.pt/)) e a ERC (Entidade Reguladora da Comunicação, [www.erc.pt/](http://www.erc.pt/)). Evidencia-se a importância de conhecer bases de dados estatísticas que permitam a contextualização, social, política e económica das pesquisas sobre os *media*, tais como as produzidas pelo Instituto Nacional de Estatística (INE, [www.ine.pt/](http://www.ine.pt/)) e mais recentemente pela Pordata ([www.pordata.pt/](http://www.pordata.pt/)).

O conhecimento e consulta desta bibliografia não dispensam leituras obrigatórias, algumas das quais serão comentadas em seguida. As normas de referência bibliográfica obedecem às Regras Normalizadoras A.P.A. (American Psychological Education) sendo que, na sua tradução para o português, e quando houve dúvidas, recorreu-se à versão das normas A.P.A. adaptadas pela Universidade de São Paulo, Brasil.

Alasuutari, P. (1995). *Researching culture: Qualitative method and cultural studies*. London: Sage. 208 p.

Obra composta por uma introdução e três partes. Na Introdução, o autor situa a obra dentro dos estudos culturais, referindo que o objetivo é desenvolver as metodologias qualitativas dentro deste enquadramento teórico. Na Parte I, composta pelos capítulos 2 e 3, o autor apresenta os conceitos fundamentais da pesquisa qualitativa e da análise qualitativa. Na Parte II, composta pelos capítulos 4 a 10, o autor debruça-se sobre a observação, teorias da observação, metodologias e tipologias. Na Parte III, intitulada explicações, composta pelos capítulos 11 a 14, o autor discute as estratégias de investigação qualitativa e a qualidade dos resultados obtidos.

Trata-se de uma perspectiva metodológica original, com a explanação de muitos conceitos teóricos na perspectiva dos estudos culturais. As questões relacionadas com o poder nos *media* estão muito presentes.

Alasuutari, P. (Org.) (1999). *The media audience: The new agenda*. London: Sage. 212 p.

Obra composta por duas partes e 10 capítulos de autoria de diversos autores. A Parte I, capítulos 1 a 3, é dedicada à revisão de literatura sobre os estudos de receção e as clivagens entre paradigmas. Na Parte II, *The new agenda: The inscription of audiences*, que integra 10 capítulos, discutem-se políticas de programação televisiva com o objetivo de captar audiências e novos objetos de estudo.

Trata-se de um trabalho muito focado nos estudos de receção, com uma polémica importante entre Alasuutari e Morley sobre as abordagens teóricas e metodológicas nos estudos de receção.

Almeida, J. F. de & Pinto, J. M. (1976). *A investigação nas Ciências Sociais*. Lisboa: Presença. 163 p.

Obra composta por uma Introdução e duas partes. Na Parte I aborda, no capítulo 1, questões de epistemologia, metodologia e de conteúdos dos discursos. No capítulo 2, refere o contributo da linguística e da semiologia para a análise da conotação, sendo que no capítulo seguinte foca a conotação, propondo a operacionalização do conceito. Na Parte II, *Teoria e investigação empírica nas ciências sociais*, foca-se os problemas genéricos da investigação empírica (capítulo 1 e 2), seguindo um glossário dos termos utilizados nesse tipo de investigação.

Trata-se de uma obra datada, com muito interesse para mostrar aos alunos como o ato de fazer ciência está condicionado pelos contextos políticos, económicos e científicos.

Bauer, M. W. & Gaskell, G. (2002). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*. Petrópolis: Vozes. 516 p.

Obra composta por uma Introdução e quatro partes, com capítulos de autoria de diversos autores. Na Introdução delimita-se o âmbito do livro e os seus objetivos, tais como fornecer instrumentos de análise quantitativos e qualitativos, questões de epistemologia e terminologia. A Parte I integra os capítulos 2 a 7 e debruça-se sobre a forma de construir um *corpus* de pesquisa. A Parte II, capítulos 8 a 15, apresenta um conjunto de enfoques analíticos sobre texto, imagem e som. Na Parte III, capítulos 16 e 17, focam-se análises que recorrem a *softwares* especializados. A Parte IV, capítulos 18 e 19, centra-se em questões éticas e de boas práticas. No final é apresentado um glossário.

Trata-se de uma obra vocacionada para a análise empírica, apresentando os métodos de análise de forma muito pragmática e didática. A componente de crítica às metodologias e aos métodos não faz parte dos objetivos deste livro.

Bell, A. (1996). *The language of news media*. Cambridge: Blackwell Publishers. 277 p.

Obra composta por prefácio do editor, uma introdução e onze capítulos. No capítulo 1, intitulado *Media and language*, o autor explica a importância de se estudar a linguagem nos *media* e a sua essência eminentemente interdisciplinar. O capítulo 2, *Researching media language*, debruça-se sobre os tipos de pesquisa e seus problemas. O capítulo 3 incide sobre a produção da linguagem das notícias, enquanto o capítulo seguinte focaliza a questão das autorias e da edição dos textos noticiosos. Os capítulos 5 e 6 discutem questões relativas à audiência na perspectiva da linguagem dos *media*, tendo como referência o Reino Unido e a Nova Zelândia. Os capítulos 7, 8 e 9 centram-se na produção da notícia e nos seus constrangimentos profissionais

e linguísticos. Os capítulos 10 e 11 abordam as alterações climáticas, como estudo de caso, sendo defendida a tese de que, quer a nível nacional, quer internacional, se trata de um assunto mal trabalhado pelo discurso noticioso e mal compreendido pelo público.

Trata-se de uma obra teoricamente fundamentada na sociolinguística, estruturante no que respeita às análises textuais dos *media*. Aborda os discursos das notícias na perspectiva dos jornalistas e das audiências, recorrendo a metodologias de análise do discurso, de conteúdo e aos estudos de receção.

Berger, A. A. (2000). *Media and communication research methods: An introduction to qualitative and quantitative approaches*. London: Sage. 295 p.

Obra composta por uma Introdução e cinco partes. Na Introdução o autor faz um levantamento das disciplinas que suportam a análise dos fenómenos sociais e da comunicação de massas. Considera que esta atividade crítica deu origem a uma “metadisciplina”. Enuncia as vantagens e desvantagens das metodologias qualitativas e quantitativas. Na Parte I, que compreende os capítulos 1 e 2, define pesquisa e refere a importância da pesquisa bibliográfica. Na Parte II, capítulos 3 a 6, descreve e avalia os métodos da pesquisa textual (análise semiótica, análise retórica, análise crítica e crítica psicológica). A Parte III, capítulos 7 a 10, incide sobre a descrição e avaliação dos métodos de pesquisa qualitativa: entrevistas, análise histórica, etnografia e observação participada. Na Parte IV, capítulos 11 a 14, o autor debruça-se sobre as pesquisas quantitativas (análise de conteúdo, inquéritos, experiências, estatísticas descritivas). A Parte V, capítulos 15 e 16, incide sobre os erros que os trabalhos de investigação devem evitar e sobre as formas de escrever e apresentar trabalhos e relatórios científicos.

Trata-se de uma abordagem com uma perspectiva interdisciplinar muito forte, num estilo muito didático, com recurso a desenhos, imagens e exercícios. As questões teóricas e concetuais são apenas enunciadas, sem muita profundidade.

Braga, J. L., Lopes, M. I. V. de, Martino, L.C. (Orgs.) (2010). *Pesquisa empírica em comunicação*. São Paulo: Paulus. 435 p.

Esta obra inclui uma apresentação e um prefácio, seguindo-se três partes, envolvendo artigos de outros autores para além dos organizadores. O Prefácio é assinado por Guillermo Orozco Gómez que discute as práticas e as agendas da investigação empírica. Na Parte I, constituída por 5 capítulos, abordam-se as questões teórico-epistemológicas. A Parte II inclui reflexões sobre temas e objetos (capítulo 6 a 12) e a Parte III, com o título “Encaminhamentos metodológicos” (capítulos 13 a 18), apresenta estudos de caso que recorrem a diversos métodos.

Trata-se de uma obra com capítulos teóricos e outros de apresentação de estudos empíricos. Os que abordam teoricamente a pesquisa empírica são originais no que toca ao cruzamento das ciências sociais com a área de estudos sobre comunicação.

Charaudeau, P. (1997). *Le discours d'information médiatique: La construction du miroir social*. Paris: Nathan. 286 p.

Obra composta por uma Introdução e quatro partes. Na Introdução o autor faz uma exposição, salientando os desafios que se colocam à análise dos *media*. Enfatiza a sua interdisciplinaridade e enuncia a sua perspectiva. Na Parte I, capítulo 1 a 3, aborda a informação como um tipo de discurso, apresentando as categorias principais de enunciação e a especificidade deste tipo de discurso. A Parte II, capítulos 4 a 7, aborda os constrangimentos situacionais do discurso mediático, a legitimidade do emissor e dos recetores e o contrato de comunicação mediática. Na Parte III, capítulos 8 a 10, foca os constrangimentos discursivos da máquina mediática, os géneros mediáticos e discursivos, as formas discursivas de tratar o acontecimento, os dispositivos cénicos da rádio e da televisão. A Parte IV, capítulos 11 a 14, faz um balanço do contrato discursivo dos *media*, salientando a transparência impossível, as questões que envolvem a democracia e promovem a manipulação.

Trata-se de um texto estruturado na ótica da sociolinguística e datado teoricamente dentro desta corrente de estudos. Tem abordagens importantes, nomeadamente sobre as estratégias discursivas e os “contratos” de veracidade com a opinião pública.



Decon, D., Pickering, P., Murdock, G. (1999). *Researching communications*. London: Arnold. 427 p.

Obra composta por quinze capítulos, um glossário, uma bibliografia geral e um índice. No capítulo 1, faz-se a apresentação da obra e da orientação teórica e metodológica que a suporta. Refere-se a interdisciplinaridade e os múltiplos conceitos de comunicação e da *Communication Research*. No capítulo 2, aborda-se a pesquisa bibliográfica e, sobre fontes documentais, dá-se como exemplo a pesquisa sobre a propriedade dos *media* e o uso de documentos de arquivos de empresas. O capítulo 3 discorre sobre amostra, tipos de amostra e representatividade das amostras. O capítulo 4 debruça-se sobre os inquéritos e formas de realização de inquéritos, apresentando elementos para a formulação de perguntas de investigação. No capítulo 5, disserta-se sobre questões relacionadas com estatística e elaboração de gráficos. O capítulo 6 é dedicado à análise de conteúdo, procedimentos e resultados. O capítulo 7 foca-se na análise de textos, referindo as análises semiótica e estruturalista vocacionadas para a *Communication Research*. O capítulo 8 aprofunda outras metodologias de análise linguística e apresenta as limitações da análise textual. O capítulo 9 incide sobre a análise da imagem fixa e em movimento. Em seguida (capítulo 10) apresentam-se dois estudos de caso onde se interpreta uma fotografia publicada num jornal e uma peça de noticiário. No capítulo 11 discorre-se sobre os princípios de observação, os tipos de observação, vantagens e desvantagens deste método. O capítulo 12 é dedicado à comunicação interpessoal nos *media* e focam-se as metodologias de história de vida. Em seguida (capítulo 13) faz-se uma incursão pela análise conversacional e análise do discurso, tomando como exemplo os discursos políticos. No capítulo 14, focam-se dois programas de computador direcionados para a pesquisa: o Statistical Package for Social Sciences (SPSS) que apoia os estudos estatísticos fundados na análise de conteúdo; o NUD\*IST que apoia as análises qualitativas baseadas em entrevistas. No último capítulo (15) faz-se um balanço da pesquisa em *Communication Research*, discutindo o que pesquisar, o porquê de pesquisar e como pesquisar. Segue-se um glossário envolvendo termos metodológicos.

Trata-se de uma obra exaustiva, compreendendo uma sistematização de todas as abordagens metodológicas aos objetos e fenômenos da *Communication Research*. O recorte teórico está muito direcionado para esta pesquisa e está organizada de forma didática, apresentando sempre vantagens e desvantagens das metodologias expostas.

Fairclough, N. (1995). *Media Discourse*. London: Arnold. 214 p.

Obra constituída por 10 capítulos e uma bibliografia final. O autor inicia o livro, capítulo 1, apresentando os objetivos. Em seguida, faz uma descrição e apreciação sobre as diferentes aproximações e escolas de análise do discurso (capítulo 2). No capítulo 3, centra-se na comunicação de massa e nas suas características, tendo em atenção os contextos económicos e de produção. No capítulo 4, faz uma abordagem ao discurso fundada numa perspetiva crítica e no capítulo seguinte detem-se na intertextualidade das notícias. O capítulo 6 analisa as representações mais comuns presentes em documentários e notícias. No capítulo 7 focaliza as identidades e as relações sociais presentes em determinados temas dos textos mediáticos. No capítulo 8 apresenta como estudo de caso o programa *crimewatch* no Reino Unido e no nono faz uma incursão pelo discurso político dos *media*. No capítulo 10, ressalta a importância de metodologias críticas de análise do discurso, tendo como objeto os *media*.

Trata-se de uma obra exaustiva na linha da análise crítica do discurso, que apresenta uma revisão bem estruturada de outras correntes. Procura, também, apresentar estudos de caso sobre os *media*, descrevendo as etapas e instrumentos de análise.

Guerra, I. C. (2006). *Pesquisa qualitativa e análise de conteúdo: sentidos e formas de uso*. Estoril: Principia. 95 p.

Obra constituída por Introdução e 4 capítulos. Na Introdução a autora explica o objetivo da obra e coloca-se a favor de uma investigação que privilegie o paradigma compreensivo em detrimento das metodologias lógico-dedutivas. No capítulo 1, *A diversidade de paradigmas de referência e os pressupostos das metodologias compreensivas*, a autora aborda as metodologias que devem ser utilizadas em entrevistas e na recolha de histórias de vida. No capítulo 2, *A opção pelas metodologias compreensivas e diversidade de utilização*, descreve as posturas teórico-epistemológicas que presidem à utilização de metodologias compreensivas. No capítulo seguinte, a autora foca-se nas técnicas e práticas qualitativas, nomeadamente na construção

do modelo e na formulação de hipóteses. No capítulo final, descreve como se deve analisar o material recolhido, com recurso à análise de conteúdo.

Trata-se de uma obra didática, organizada como um manual, que apresenta de forma pormenorizada as etapas de investigação qualitativa.

112

Hammersley, M. & Atkinson, P. (2007). *Ethnography: principles in practice*. London: Routledge. 273 p.

Obra constituída por dez capítulos, sendo que, no primeiro, os autores discorrem sobre o que é etnografia. O capítulo 2 refere-se aos problemas relativos ao desenho da pesquisa e da amostra. Nos dois capítulos seguintes (3º e 4º), enfoca-se o acesso e o tipo de relações com o terreno. O capítulo 5 descreve o papel dos relatos orais e das entrevistas e, no seguinte (capítulo 6), a importância dos documentos e outros objetos para os estudos etnográficos. No capítulo 7 fala-se do registo e organização de dados e, no capítulo seguinte, dos procedimentos de análise (capítulo 8). Nos dois últimos capítulos enfatiza-se os procedimentos de escrita (capítulo 9) e de ética que deve presidir a esta metodologia (capítulo 10).

Trata-se de um manual sobre os princípios de pesquisa etnográfica em ciências sociais, escrito de forma didática.

Jensen, K. B. & Jankowski, N. (1991). *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research*. London: Routledge. 272 p.

Obra composta por uma Introdução e três partes, com capítulos de diversos autores. Na Introdução, defende-se a necessidade de estudos qualitativos e a pertinência dos seus objetivos. Na Parte I, dedicada à História, capítulo 1 e 2, faz-se uma revisão de literatura sobre os estudos qualitativos. A Parte II, intitulada *Systematics*, é composta pelos capítulos 3 a 10, aborda as instituições dos *media*, os conteúdos dos *media*, as audiências dos *media* e os contextos dos *media*, apresentando análises e reflexões teóricas e metodológicas de caráter qualitativas. A Parte III, *Pragmatics*, integra os capítulos 11 e 12 e é dedicada à apresentação da teoria pragmática de análise e a um estudo de caso sobre os *media* e a educação numa determinada comunidade.

Trata-se de uma obra estruturante que cobre de forma sistemática a trajetória dos estudos qualitativos. É também de referir que apresenta o texto clássico de Gaye Tuchman, intitulado *Qualitative methods in the study of news* (pp. 79-92).

Lago, C. & Benetti, M. (2007). *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. Rio de Janeiro: Vozes. 86 p.

Obra composta por prefácio, apresentação e três partes, com capítulos de diversos autores. Na Parte I, capítulos 1 a 4, são abordados métodos, conceitos e interações disciplinares com o jornalismo. A Parte II, que integra 4 capítulos, apresenta métodos de análise, tais como análise do discurso, do conteúdo, pragmática da narrativa e análise assistida por computador. Na Parte III são descritas quatro pesquisas em áreas de jornalismo que utilizaram diversos métodos.

Trata-se de uma obra direcionada para os métodos e as pesquisas em jornalismo, sendo por isso um manual didático para os estudantes do curso de jornalismo.

Lopes, M. I. V. (Org.) (2003). *Epistemologia da Comunicação*. São Paulo: Edições Loyola. 345 p.

Obra constituída por uma apresentação e cinco partes, com capítulos assinados por diversos autores, em português e castelhano. A Parte 1 está subordinada ao título *As epistemologias contemporâneas e o lugar da comunicação*, discutindo em quatro capítulos os desafios epistemológicos dos estudos sobre comunicação. Na Parte 2, *Atravessando fronteiras: as interfaces da comunicação*, apresenta uma abordagem dos diversos paradigmas que subjazem à pesquisa em comunicação e aos estudos dos *media*. Na Parte 3, *Teorias e metodologias no campo da comunicação*, salienta-se alguns aspetos da pesquisa em comunicação e questões de hermenêutica nos estudos dos fenómenos mediáticos. A Parte 4, *A disciplinarização da comunicação*, foca os desafios que envolvem o campo disciplinar da comunicação e enfatiza a sua interdisciplinaridade. A Parte 5 é dedicada à discussão do futuro, no campo da comunicação.

Trata-se de uma obra com artigos muito instigantes e originais, que sustentam o campo das ciências da comunicação e os estudos sobre os *media*.

Mangueneau, D. (1998). *Analyser les textes de communication*. Paris: Dunod. 211 p.

Obra constituída por 18 capítulos e uma conclusão. No 1º capítulo o autor aborda os contextos mediáticos da enunciação, seguindo-se a apresentação das leis do discurso. No capítulo 3, descreve as competências que estão subjacentes, partindo para a definição (capítulo 4) de discurso, enunciado e texto, assim como a caracterização dos tipos e géneros de discurso (capítulo 5). No capítulo 6, aborda o discurso em função dos meios de comunicação, descrevendo os cenários de enunciação (capítulo 7). Em seguida discorre sobre o *ethos* dos discursos mediáticos e a reflexividade que comportam (9 e 10 capítulos). O capítulo 11 focaliza-se no emprego dos pronomes nos discursos e nas formas de discurso, direto, indireto, formas híbridas (capítulo 12, 13 e 14). Nos capítulos seguintes, descreve as modalizações dos discursos (capítulos 15 a 17), sendo que no último reflete sobre o papel da enunciação dos nomes próprios, marcas e designação de produtos (capítulo 18).

Trata-se de uma obra fundamentada na sociolinguística apresentada de forma didática. Os conceitos são expostos de forma clara, são apresentados casos e sugeridos exercícios.

Pedro, E. R. (Coord.) (1997). *Análise Crítica do Discurso: uma perspectiva sociopolítica e funcional*. Lisboa: Caminho. 396 p.

Obra constituída por um prefácio e duas partes integrando onze capítulos. A Parte I intitulada *Dimensões teóricas e metodológicas*, capítulos 1 a 5, reflete sobre aspectos do discurso e do poder, bem como a importância dos atores sociais. Na Parte II, *Dimensões da aplicação*, capítulos 6 a 11, são apresentados alguns estudos de caso, nomeadamente análises críticas do discurso sobre os *media*.

Trata-se de uma obra fundamental sobre a análise crítica do discurso, uma antologia de artigos de referência publicados em português, onde se faz a exposição dos princípios teóricos e se apresentam casos ilustrativos da aplicação de conceitos e teorias.

Peretz, H. (2000). *Métodos em Sociologia*. Lisboa: Temas e Debates. 174 p.

Obra constituída por uma Introdução e 5 partes. Na Introdução o autor faz a apresentação do método que pretende expor no livro, a observação. Na Parte I define a observação direta, enuncia os seus objetivos e em seguida sistematiza os dados específicos que devem ser recolhidos. Na Parte II, o autor faz um histórico da tradição de pesquisa da observação. Na Parte III, enuncia as diversas etapas da observação, a observação participante e diversos contextos da observação. No capítulo IV, aprofunda os instrumentos de observação com especial ênfase para a redação e sistematização das notas de campo.

Trata-se de um manual sobre o método de observação, organizado e escrito com clareza e com recurso a muitos exemplos destacados graficamente.

Quivy, R. & Van Campenhoudt, L. (1992). *Manual de investigação em ciências sociais*. Lisboa: Gradiva. 275 p.

Obra composta por Introdução e sete partes. Na Introdução, *Objetivos e procedimentos*, os autores definem estas etapas da investigação. Na primeira etapa, *A pergunta de partida*, apresentam-se os critérios de uma boa pergunta de partida e a exploração, bem como as leituras que lhe devem estar agregadas, as entrevistas exploratórias e os métodos complementares. Na terceira etapa foca-se a problemática e o tipo de problemáticas. Na quarta parte, *A construção do modelo de análise*, apresentam-se dois modelos de análise e as relações que deverão estabelecer com as hipóteses. Na quinta etapa, dedicada à *Observação*, traça-se um quadro da observação e dos instrumentos que permitem a recolha de dados. Na sexta parte procede-se à *Análise das informações* e à apresentação dos principais métodos de análise das informações. Na sétima parte, são descritas as *Conclusões* e feita uma recapitulação das operações de pesquisa efetuada.

Trata-se, como o título deixa antever, de um manual com vista a ensinar procedimentos de pesquisa. Está escrito de forma didática e contém numerosos exemplos.

Rebelo, J. (2000). *O discurso do Jornal*. Lisboa: Editorial Notícias. 158 p.

Obra que se inicia pela análise da objetividade e das competências dos jornalistas. Foca os processos e estratégias de enunciação na produção da informação, ressaltando o papel da

citação, da modalização, da dicitização, da argumentação, implicitação, denegação, da exortação e da referencialização.

Trata-se de uma obra importante para as análises textuais sobre a imprensa, que contém exemplos ilustrativos.

114

Rose, G. (2001). *Visual methodologies: an introduction to the interpretation of visual materials*. London: Sage. 229 p.

Obra constituída por uma introdução e oito capítulos. No primeiro capítulo a autora declara pretender desenvolver uma aproximação metodológica crítica aos materiais visuais. Em seguida, o capítulo 2 foca-se na interpretação de quadros famosos e avança com alguns princípios de análise. Nos capítulos seguintes, sistematiza diversas metodologias de análise aplicadas a objetos visuais: capítulo 3, análise de conteúdo; capítulo 4, análise semiológica; capítulo 5, psicanálise; capítulos 6 e 7 análise do discurso e no último capítulo (8) disserta sobre métodos mistos nas análises visuais.

Trata-se de um manual dedicado à análise visual, focado sobretudo nas imagens fixas. Apenas no capítulo 8 se refere aos *media*.

Silva, A. S. & Pinto, J. M. (Orgs.) (1986). *Metodologia das ciências sociais*. Porto: Afrontamento. 317 p.

Obra constituída por uma introdução e nove capítulos de diversos autores. Na Introdução intitulada, *Uma visão global sobre as ciências sociais*, os autores Augusto Santos Silva e Madureira Pinto fazem uma apresentação da obra, focando-se nos problemas de investigação empírica e nos desafios que colocam ao conhecimento. No capítulo I, *A ruptura com o senso comum nas ciências sociais*, Augusto Santos Silva discorre sobre as formas de conhecimento fundadas no senso comum e os problemas que se devem evitar. O capítulo II de José Ferreira de Almeida e José Madureira Pinto, com o título *Da teoria à investigação empírica. Problemas metodológicos gerais*, foca a construção da teoria e as perguntas que a devem fundamentar. O capítulo III de Daniel Bessa trata do uso das estatísticas em economia, seguindo-se um capítulo sobre a análise de conteúdo, da autoria de Jorge Vala. No capítulo V, *A pesquisa de terreno em sociologia*, António Firmino da Costa aborda as técnicas de recolha e registo da informação, da observação direta e do papel do investigador. No capítulo VI, Raúl Iturra centra-se no trabalho de campo e observação participante em antropologia e Virgínia Ferreira, no capítulo VII, no papel do inquérito por questionário na construção de dados sociológicos. Em seguida, José Reis, no capítulo VIII, foca a recolha de informação não estatística em economia. No capítulo IX, Jorge Correia Jesuino aborda o método experimental nas ciências sociais. A investigação-ação é tratada por António Joaquim Esteves no capítulo X, enquanto no último capítulo, Armando de Castro, enfoca a casualidade nas ciências sociais.

Trata-se de uma obra metodológica estruturante que apresenta de forma didática os fundamentos teóricos e empíricos da pesquisa em ciências sociais.

Van Campenhoudt, L. (2003). *Introdução à análise dos fenómenos sociais*. Lisboa: Gradiva. 313 p.

Obra constituída por uma Introdução, nove capítulos e uma conclusão. Na Introdução, o autor declara os objetivos e a metodologia que utilizará na exposição ao longo do livro. O capítulo I intitulado *Conhecer é, em primeiro lugar, conhecermo-nos*, o autor apresenta a obra de Richard Hoggart, *A Cultura do pobre* e em seguida promove uma discussão sobre o etnocentrismo com base no trabalho de Sahlins. No capítulo 2, *Considerar qualquer maneira de viver como normal e aceitável*, é descrita e analisada a pesquisa de Goffman sobre os *Asilos*. Segue-se o texto de Merton sobre a lógica intencional e a lógica objetiva. No capítulo 3, *Libertarmo-nos das categorias de pensamento instituídas*, é relatada e avaliada a obra de Howard Becker, *Outsiders*, seguindo-se a apresentação do trabalho de Berger, Luckman e outros, *A construção social da realidade*. No capítulo 4, *Historicizar as estruturas sociais*, a pesquisa de referência apresentada é *A Dinâmica do ocidente*, de Norbert Elias, complementado pelo texto de Durkheim sobre *O social como totalidade*. No capítulo 5, *Captar a constituição simbólica do social*, aborda-se o texto de Marcel Mauss, *Ensaio sobre a dádiva*. No capítulo 6, *Estudar as relações*, a pesquisa de referência citada é a *Distinção* de Bourdieu, à qual se segue o texto de Karl Marx *Contradições e conflitualidade do social*. No capítulo 7, *Destacar a especificidade das situações concretas*, discute-se o texto de Weber, *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*, o qual

é complementado com a exposição do texto de Boltanski e Chiapello *O novo espírito do capitalismo*. No capítulo 8, *Dar conta da Ação Coletiva concreta na sua complexidade*, a pesquisa de referência é *A formação da classe operária inglesa*, de Edward Thompson. A contribuição complementar vem do texto de Touraine e outros, intitulado *Do micro ao macro: os níveis de ação*. No capítulo 9, *Privilegiar o estudo do poder*, a pesquisa de referência citada é *A Elite no Poder*, de W. C. Mills. O contributo complementar vem do texto de Giddens e Beck *A sociedade do risco* e a transformação do político. Na conclusão o autor propõe uma reflexão sobre o social à luz destas teorias.

Trata-se de um manual que utiliza a descrição de pesquisas empíricas realizadas para instigar a reflexão teórica. Apesar de as pesquisas não incidirem sobre os *media*, os temas que são abordados estão constantemente nos *media*. Torna-se por isso uma obra fundamental para os estudantes aprenderem a analisar contextos sociais, políticos e económicos.

Van Dijk, T. A. (1990). *La noticia como discurso: Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Ediciones Paidós. 284 p.

Obra composta por Prefácio e cinco capítulos. No Prefácio faz-se a apresentação da obra para a língua castelhana. No capítulo 1, o autor foca o estudo da notícia, apresentando em seguida as estruturas da notícia (capítulo 2) e os princípios que envolvem a produção da notícia (capítulo 3). No capítulo 4, descrevem-se os procedimentos teóricos que informam a compreensão da notícia. Por último, no capítulo 5, são avançadas as conclusões, enfatizando-se o processo que faz da notícia um tipo de discurso e as suas estruturas textuais.

Trata-se de uma obra clássica no domínio da análise do discurso da notícia nos *media* impressos. Oferece ferramentas claras para a decomposição do discurso jornalístico, cotejando estes procedimentos com as rotinas de produção nos *media*.

Yin, R. K. (2001). *Estudos de caso: planeamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman. 205 p.

Obra composta por seis capítulos. Na Introdução, o autor apresenta o estudo de caso como estratégia de pesquisa e os diferentes tipos de estudos de caso existentes. No capítulo 2, discorre sobre a qualidade dos projetos de pesquisa, seguindo-se (capítulo 3) a enunciação de princípios para a delimitação de um estudo de caso. No capítulo 4, refere os procedimentos para a coleta de evidências, sendo que no 5º se debruça sobre a interpretação das evidências recolhidas e no 6º sobre a elaboração de relatórios.

Trata-se de uma obra didática, com muitos exemplos de investigação. É um manual fundamental para a elaboração de estudos de caso.

(Página deixada propositadamente em branco)

## VI. BIBLIOGRAFIA GERAL

- Adorno, T. W. (2003). *Sobre a Indústria da Cultura*. Coimbra: Angelus Novus.
- Alasuutari, P. (1995). *Researching culture: qualitative method and cultural studies*. London: Sage.
- Alasuutari, P. (1999). *Rethinking the media audience*. London: Sage.
- Alvarado, M., Gutch, R., Wollen, T (1987). *Learning the media: an introduction to media teaching*. London: Macmillan Press.
- Alvares, C. & Damásio, M. J. (Orgs.) (2010). *Teorias e práticas dos media: situando o local no global*. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.
- Angenot, M. (1982). *La Parole pamphlétaire: contribution à la typologie des discours modernes*. Paris: Payot.
- Antelmi, D. e Santulli, F. (2002). *Evaluation strategies in Italian political language: a case study*. S.l.: LAUD.
- Appadurai, A. (2004). *Dimensões culturais da globalização*. Lisboa: Teorema.
- Appadurai, A. (Coord.) (2001). *Globalization*. Durhan, N.C. Duke: University Press.
- Aristóteles (2001). *Da geração e da corrupção*. São Paulo: Landy.
- Aristóteles (2005). *Sobre a Geração e a Corrupção*. Lisboa: INCM.
- Arnold, M. (1971). *Culture and anarchy*. Indianapolis: Bobbs-Merill.
- Atkinson, P. e Hammersley, M. (2005). *Ethnography: principles in practice*. London: Routledge.
- Atton, C. (2002). *Alternative media*. London: Sage.
- Azenha, A. S. (2011). *Como os políticos enriquecem em Portugal*. Lisboa: Lua de Papel.
- Babin, P. (1993). *Linguagem e cultura dos media*. Venda Nova: Bertrand.
- Bacalhau, M. (1994). *Atitudes, opiniões e comportamentos políticos dos portugueses: 1973-1993*. Lisboa: FLAD.
- Baccega, M.<sup>a</sup> A. (2008). *Comunicação e Culturas de Consumo*. São Paulo: Editora Atlas.
- Bachelard, G. (2000). *A Epistemologia*. Lisboa: Ed. 70.
- Bardin, L. (1988). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Barreto, A. (Org.) (2000). *A Situação Social em Portugal 1960-1999*. Lisboa: ICS.
- Barthes, R. (1988; 1990). *Mitologias*. Lisboa: Edições 70.
- Barthes, R. (1989). *Elementos de Semiologia*. Lisboa: Edições 70.

- Bauer, M. e Gaskell, G. (2002). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*. Petrópolis: Vozes.
- Bell, A. & Garret, P. (Eds.) (1998). *Approaches to media discourse*. Oxford: Blackwell.
- Bell, A. (1991). *The language of news media*. Cambridge: Blackwell.
- Bennett, L. & Entman, R. (2001). *Mediated politics: communication in the future of democracy*. Cambridge: University Press.
- Bennett, P., Slater, J., Wall, P. (2006). *Media studies: the essential introduction*. London: Routledge.
- Bennett, T. (1995). Theories of the Media, Theories of Society. In: Gurevitch, M., Bennett, T., Woollacott, J. *Culture, society and the media* (pp. 30-55). London: Routledge.
- Bennett, T. (1998). Popular culture and the "Turn to Gramsci". In: Storey, J. *Cultural theory and popular culture* (pp. 217-224). London: Prentice Hall.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. New York: Heffner Press.
- Berger, A.A. (2000). *Media and communication research methods: an introduction to qualitative and quantitative approaches*. Thousand Oaks: Sage.
- Berger, A.A. (2005). *Media analysis techniques*. (3ª ed.). Thousand Oaks: Sage.
- Berger, A.A. (2007). *Media & society: a critical perspective*, (2ª ed.) Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Berkowitz, D. (2009). Reporters and their sources. In: Whal-Jorgesen, K.; Hanitzch, T. *The Handbook of Journalism Studies* (pp. 103-115). London: Routledge.
- Bilteyreyst, D. & Meers, P. (2000). The international telenovela debate and the contra-flow argument: a reappraisal. *Media, Culture & Society*, 22: 394-413.
- Blankenburg, E. (2002). From Political Clientelism to Outright Corruption — The rise of the Scandal Industry. In: Kotkin, Stephen & Sajó, A. *Political Corruption in transition: a sceptic's handbook* (pp. 149-165). Budapest: Central European University Press.
- Blumenthal, D. (1997). *Women and soap opera: a cultural feminist perspective*. London: Praeger.
- Blumler, J. G. e Gurevitch, M. (1982). The political effects of mass communication. In: Gurevitch, M., Bennett, T., Curran, J. e Woollacott, J. *Culture, society and the media*. (pp. 236-267). London: Routledge.
- Blumler, J. G. & Gurevitch, M. (1975). Towards a comparative framework for political communication research. In: *Political Communication* (pp. 165-193). London: Sage.
- Blumler, J. G. & Gurevitch, M. (1995). *The Crisis of Public Communication*. London: Routledge.
- Blumler, J. G. & Gurevitch, M. (2000). Rethinking the study of political communication. In: J. Curran, J. & M. Gurevitch. *Mass Media and Society* (pp. 155-172). London: Arnold.
- Blumler, J. G. & Gurevitch, M. (1975). Towards a comparative framework for political communication research. In: *Political Communication*. (pp. 165-193). London: Sage.
- Boorstein, D. (1964). *The image: A guide to pseudo-events in America*. New York: Harper & Row.
- Boorstein, D. (1971). From news-gathering to newsmaking: A flood of pseudo-events. In: Schramm, W. & Roberts, D. F. (eds.). *The process and effects of mass communication* (pp. 165-210). Urbana: The University of Illinois Press.
- Boorstin, D. (1964). *The image: A guide to pseudo-events in America*. New York: Harper & Row.
- Borelli, S. (Org.) (1994). *Gêneros ficcionais, produção e cotidiano na cultura popular de massa*. São Paulo: INTERCOM.
- Boudon, R. (1990). *Os Métodos em Sociologia*. Lisboa: Editora Rolim.
- Bourdieu, P. (1982). *Ce que parler veut dire: l'économie des échanges linguistiques*. Paris: Fayard.



- Bourdieu, P. (1994). *Raisons pratiques: Sur la théorie de l'action*. Paris: Ed. Le Seuil.
- Braga, J. L., Lopes, M. I. V. de, Marino, L. C. (Orgs.) (2010). *Pesquisa empírica em comunicação*. São Paulo: Paulus.
- Brants, K. (1998). Who is afraid of infotainment. *European Journal of Communication*, 13 (3), London: Sage, pp. 315-335.
- Brody, R.A. (1991). *Assessing the president: the media, elite opinion and public support*. Stanford: University Press.
- Bromlet, M. & O'Malley, T. (Eds.) (1997). *A journalism reader*. London: Routledge.
- Bronckart, J.-P. (1985). *Le fonctionnement des discours*. Neuchatel: Delachaux & Niestlé.
- Bruck, P. (1992). Crisis as Spectacle: Tabloid News and Politics of Outrage. In: Raboy, M. & Dagenais, B. (1992). *Media, crisis and democracy* (pp. 108-119). London: Sage.
- Brugger, W. (1968). *Dicionário de Filosofia*. São Paulo: Editora Pedagógica Universitária.
- Brundson, C. (1978). *Everyday Television – Nationwide*. London: British Film Institute.
- Brundson, C. (1981). Crossroads: Notes on Soap Operas. *Screen*, 22 (4), pp. 32-37.
- Brundson, C. (2000). *The feminist, the housewife and the soap opera*. Oxford: Oxford University Press.
- Campenhoudt, L. (2003). *Introdução à análise dos fenómenos sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Campus, D. (2010). Mediatization and Personalization of Politics in Italy and France: The Cases of Berlusconi and Sarkozy. *The International Journal of Press Politics*. 15: 219-235.
- Canavilhas, J. (2006). *Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada* (www.bocc.pt acessado em Janeiro de 2011)
- Cantor, M. G. (1980). *Prime-time television: content and control*. London: Sage.
- Capella J. N. & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of cynism: the press and the public good*. Oxford: University Press.
- Cardoso, G.; Espanha, R.; Araújo, V. (2009). *Da comunicação de massa à comunicação em rede*. Porto: Porto Editora.
- Carpentier, N. (2010). Práticas académicas locais e translocais como contrapeso às ideologias de europeização. In: Álvares, C. & Damásio, M.J. (Orgs.). *Teorias e práticas dos media: situando o local no global* (pp. 119-139). Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.
- Cassata, M. & Skill, T. (1983). *Life on daytime television: tuning in american serial drama*. New Jersey: Ablex.
- Castles, S. & Miller, M. (2003). *The age of migration*. London: Macmillan Press.
- Cohn, G. (Org.) (1987). *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo: T.A. Queiroz Editora.
- Corner, J., Schlesinger, P. e Silverstone, R. (1997) (Eds.). *International media research*. London: Routledge.
- Cottle, S. (2000). *Ethnic minorities and the media*. London: Open University.
- Couldry, N. & Curran, J. (2003) (Ed.). *Contesting media power: alternative media in networked world*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishing Group.
- Couldry, N., Livingstone, S., Markham, T. (2007). *Media consumption and public engagement: beyond the presumption of attention*. London: Palgrave Macmillan.
- Council of Europe (2000), Recommendation nº R 23 of the Committee of Ministers to Member States on the Independence and Functions of Regulatory Authorities for the Broadcasting Sector.

- Creeber, G. (2004). *The serial television*. London: British Film Institute.
- Creeber, G. (2009). *The television Genre Book*. London: British Film Institute.
- Crowley, D. & Mitchell, D. (Ed.) (1994). *Communication theory today*. Cambridge: Polity Press/Blackwell Publishers.
- Crozer, M. & Friedberg, E. (1977). *L'Acteur et le système*. Paris: Seuil.
- Cruz, M. B. da (2001). *Teorias sociológicas: os fundadores e os clássicos*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Cunha, A. G. da (1982). *Dicionário etimológico da língua portuguesa*. São Paulo: Nova Fronteira.
- Cunha, I.F. (2003). Imagens da Imigração em Portugal. *Revista Media e Jornalismo*, 2: 71-87.
- Cunha, M. & Cavalcanti, C. (2008). *Dicionário de Biblioteconomia e Arquivologia*. Brasília: Briquet de Lemos.
- Curran, J. & Gurevitch, M. (Ed.) (2000). *Mass media and society*. (2ª ed.). Arnold: London.
- Charaudeau, P. (1983). *Langage et discours: éléments de sémiolinguistique*. Paris: Hachette Université.
- Charaudeau, P. (1997). *Le discours d'information médiatique*. Paris: Nathan.
- Charron, N. (2009). The impact of Socio-Political Integration and Press Freedom on Corruption. *Journal of Development Studies*. 39 (4): 1-21.
- Dahlgren, P. (1995). *Television and the public sphere: citizenship, democracy and the media*. London: Sage.
- Dahlgren, P. (1997). Cultural Studies as a research perspective: themes and tensions. In: Corner, J., Schlesinger, P., Silverstone, R. (1997). *International media research* (pp. 48-64). London: New York.
- De Fleur, M. L. (1976). *Teorias de comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Zahar Editores.
- Deacon, D., Pickering, M., Golding, P., Murdock, G. (1999). *Researching communications*. London: Oxford University Press.
- Della Porta, D. & Meny, Y. (1997). *Democracy and corruption in Europe*. London: Observatoire du Changement en Europe Occidental.
- Demo, P. (1981). *Metodologia científica em ciências sociais*. São Paulo: Editora Atlas.
- Denzin, N. K. (1978). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. New York: Praeger.
- Derville, G. (1997). *Le pouvoir des médias*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- Deshaies, B. (1997). *Metodologia da investigação em ciências humanas*. Lisboa: Piaget.
- Devereux, E. (ed.). *Media studies: key issues & debates*. London: Sage.
- Dobel, P. (1978). The corruption of the State. Los Angeles. *American Political Science Review*, 72 (3): 958-973.
- Duarte, E. (2003). Por uma epistemologia da Comunicação. In: Lopes, M.I. V. de (Orgs.) (2003). *Epistemologia da Comunicação* (pp. 41-54). São Paulo: Editora Loyola.
- Durkheim, E. (2002). *As regras do método sociológico*. São Paulo: Editora Martin Claret.
- Eco, U. (1983). *Viagem na irrealidade cotidiana*. São Paulo: Nova Fronteira.
- Eco, U. (1984). *Conceito de texto*. São Paulo: T.A. Queiroz/EDUSP.
- Eco, U. (1986). *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva.
- Eco, U. (1990). *O Super-homem das massas*. Lisboa: Difel.

- Edelman, M. (1976). *The Symbolic Uses of Politics*. Champaign: University of Illinois Press.
- Edelman, M. (1998). *Constructing the political spectacle*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Eldrige, J. (ed.) (1993). *Getting the message: news, truth and power*. London: Routledge.
- Eldrige, J. (ed.) (1995). *News content, language and visuals: Glasgow University Media Reader*. London: Routledge.
- Eldrige, J., Kitzinger, J., Williams, K. (1997). *The mass media and power in modern Britain*. Oxford: Oxford University Press.
- Elliot, K. A. (1977). *Corruption and the global economy*. New York: Institute for International Economics.
- Esser, F. (1999). Tabloidization of news: a comparative analysis of Anglo-American and German press journalism. *European Journal of Communication*. London: Sage 14(3): 291-324.
- Esteves, J. P. (2002). *Comunicação e sociedade: os efeitos sociais dos meios de comunicação de massa*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Fadul, A. (Ed.) (1983). *Serial fiction in TV: the Latin American telenovelas*. São Paulo: School of Communication and Arts, University of São Paulo.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. London: Polity Press.
- Fairclough, N. (1995). *Media discourse*. London: Edward Arnold.
- Fairclough, N. (2000). *New Labour, New Language?* London: Routledge.
- Faustino, P. (2004). *A Imprensa em Portugal: transformações e tendências*. Lisboa: Media XXI.
- Ferguson, M. (Ed.) (1990). *Public communication: the new imperatives*. London: Sage.
- Ferin, I. (2002). *Comunicação e culturas do quotidiano*. Lisboa: Quimera.
- Ferin, I. (2005). *A televisão das mulheres*. Lisboa: Quimera/Bond.
- Ferrater Mora, J. (1991). *Dicionário de Filosofia*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford: Stanford University Press.
- Fidalgo, A. (2001). *O ensino de Jornalismo no e para o século XXI* (www.bocc.ubi.pt consultado em janeiro de 2011)
- Figueiras, R. (2005). *Os comentadores e os media: os autores das colunas de opinião*, Lisboa: Livros Horizonte.
- Fiske, J. (1993). *Introdução ao estudo da comunicação*. Porto: Editora Asa.
- Flick, U. (2005). Triangulation in qualitative research. In: Flick, U., Kardorff, E. V., Steinke, I. (Eds.). *A Companion to Qualitative Research* (pp. 178-183). London: Sage.
- Flick, U. (2002). *Métodos qualitativos na investigação científica*. Lisboa: Monitor.
- Fontcuberta, M. de (1999). *A notícia*. Lisboa: Editorial Notícias.
- Foucault, M. (1970). *L'ordre du discours*. Paris: Galimard.
- Fowler, R. (1991). *Language in the news*. London: Routledge.
- Franklin, B. (1994). *Packaging politics: political communication in Britain's media democracy*. London: Arnold.
- Gambetta, D. (2002). Corruption: An analytical map. In: Kotkin, S. e Sajó, A. *Political corruption in transition: A sceptic's handbook* (pp. 33-56). Budapest: Central European University Press.
- Gangwer, T. (2009). *Visual impact, visual teaching: using images to strengthen learning*. 2<sup>nd</sup>. Thousand Oaks, C.A.: Corwin Press.

- Garcia, J. L. (2009). *Estudos sobre os jornalistas portugueses: metamorfoses e encruzilhadas no limiar do século XXI*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais.
- Gardin, J.-C. (1974). *Les analyses des discours*. Neuchâtel: Delachaux & Niestlé.
- Gardin, J.-C. (1986). *Informática e Arqueologia*. Lisboa: INIC.
- Gardin, J.-C. (1991). *Le calcul et la raison: essais de formalisation du discours savant*. Paris: Éditions de l'École des Hautes Études en Sciences Sociales.
- Gardin, J.-C. (1991). Artificial intelligence and expert systems: case studies in the knowledge domain of archaeology. *American Anthropologist, New Series*, 93(3): 735-736.
- Gardin, J.-C. et al. (1987). *Systèmes experts et sciences humaines: le cas de l'archéologie*. Paris: Eyrolles.
- Garrad, J. e Newell, J. L. (Ed.) (2007). *Scandals in past and contemporary politics*. Manchester: University Press.
- Gaskell, G. e Bauer, M. W. (2002). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*. Petrópolis: Vozes.
- Gauthier, G., Gosselin, A. & Mouchon, J. (org) (1998). *Comunicación y Política*. Barcelona: Gedisa.
- Ghiglione, R., Bonnet, C. & Richard, J. F. (1993). *Traité de Psychologie Cognitive: Cognition, Représentation, Communication*. Paris: Dunod.
- Gidens, A. (1996). *Novas Regras do Método Sociológico*. Lisboa: Gradiva.
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching*. Berkeley: University of California Press.
- Gitlin, T. (1994). *Inside prime-time*. New York: Pantheon Books.
- Glasgow University Media Group (1976). *Bad news*. Glasgow: Routledge and Kegan Paul.
- Glasgow University Media Group (1982). *Really bad news*. Glasgow: Writers and Readers.
- Gonzalez Rey, F. (2005). *Pesquisa Qualitativa e Subjectiva: os processos de construção da informação*. São Paulo: Pioneer Thomson Learning.
- Gordon, M. (Ed.) (1994). *The concise Oxford dictionary of sociology*. New York: Oxford University Press.
- Graber, D. & Weaver, D. (1996). Presidential Performance Criteria: The Missing Element in Election Coverage. *Press Politics*, Harvard: Harvard University, 1(1): 7-32.
- Graber, D., McQuail, D., Norris, P. (1998). *The politics of news: the news of politics*. New York: C Q. Press.
- Gramsci, A. (1971). *Selection from the prison notebooks*. London: Lawrence & Wishart.
- Gramsci, A. (1996). Hegemony, Intellectuals and the State. In: Storey, J. (Org.). *Culture Theory and popular culture* (pp. 210-216). London: Prentice Hall.
- Greimas, A. J. (1976). *Semiótica do Discurso Científico: da modalidade*. São Paulo: Difel.
- Gudykunst, W. e Mody, B. (ed.) (2002). *International and intercultural communication*. Thousand Oaks: Sage.
- Guerra, I. C. (2002). *Fundamentos e processos de uma sociologia de ação*. Estoril: Principia.
- Gunter, B. (2000). *Media research methods: measuring audiences, reactions and impact*. London: Sage.
- Gunther, R. e Mugham, A. (2000). *Democracy and the media*. Cambridge: University Press.
- Gurevitch, M., Bennett, T. & Woollacott (1995). *Culture, society and the media*. London: Routledge.
- Habermas, J. (1978). *L'espace publique*. Paris: Payot.

- Habermas, J. (1984). *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Habermas, J. (1987). *Théorie de l'agir communicationnel* (2 vol.). Paris: Fayard.
- Habermas, J. (1992). L'espace public trente ans après. *Quaderni*, Paris, n° 18.
- Hall, S. et al. (1978). *Policing the crisis: mugging, the state and law and order*. London: Macmillan Press.
- Hallin, D. & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hallin, D. C. & Mancini, P. (2010). *Sistemas de Media: Estudo Comparativo, três modelos de Comunicação Política*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Harriington, C. L. & Bielby, D.D. (1995). *Soap fans: pursuing pleasure and making meaning in everyday life*. Philadelphia: Temple University.
- Hartley, J. (2004). *Comunicação, Estudos Culturais e Media: conceitos-chave*. Lisboa: Quimera.
- Hearn, G., Tacchi, J., Foth, M. (2008). *Action research and new media: concepts, methods and cases*. Cresskil/New York: Hampton Press.
- Heffernan, W. C. e Kleining, J. (Ed.) (2004). *Private and public corruption*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Heidenheimer, A. J. & Johnston, M. (Ed.) (2002). *Political corruption: Concepts & contexts*. (3ª ed.). Rutgers: The State University.
- Heidenheimer, A. J. & Johnston, M. (Ed.) (2009). *Political corruption: Concepts & contexts* (3ª ed.). New Jersey: Transaction Publishers.
- Heidenheimer, A. J., Johnston, M. & Levine, V. T. (Ed.) (1999). *Political corruption: A handbook*. New Jersey: Transaction Publishers.
- Henderson, L. (2007). *Social issues in television fiction*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Hoggart, R. (1958). *The uses of Literacy*. Oxford: University Press.
- Hohenstein, K. (2007). *Coining corruption: The making of the american campaign finance system*. Illinois: University Press.
- Hohlfeldt, A., Martino, L. C., França, V.V. (2001). *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis: Editora Vozes.
- Holmes, D. (Ed.) (2005). *Communication theory: media, technology and society*. London: Sage.
- Holton, R. J. (2002). Teoria Social Clássica. In Turner, B.S. (Ed.). *Teoria social* (pp. 23-49). Lisboa: Difel.
- Horkheimer, M. (1976). *Eclipse da Razão*. São Paulo: Editorial Labor do Brasil.
- Hughes, M.A. e Hayhoe, G. (2009). *A Research Primer for Technical Communication: Methods, Exemplars, and Analyses*. New York: Lawrence Erlbaum Associates.
- Hughes, P. (2007). Text and textual analysis. In: Devereux, E. (Ed.). *Media studies: Key issues & debates* (pp. 249-282). London: Sage.
- Jacobs, J. B. (2002). Dilemmas of Corruption Control. In: Kotkin, S. & Sajó, A. *Political Corruption in transition: a sceptic's handbook* (pp. 81-90). Budapest: Central European University Press.
- Jain, A. (2001). *Political Economy of Corruption*. London: Routledge.
- Jamieson, K. (1992). *Dirty politics: deception, distraction and democracy*. Oxford: University Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture*. New York: New York University.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. São Paulo: Editora Aleph.
- Jensen, K. B. & Jankowski, N. W. (1991). *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research*. London: Routledge.

- Kawata, J. (Ed.) (2006). *Comparing political corruption and clientelism*. Burlington: Ashgate Publishing Company.
- Keane, J. (1992). The Crisis of The Sovereign State. In: Raboy, M. e Dagenais, B. *Media, crisis and democracy* (pp. 17-33). London: Sage.
- Kepplinger, H. M. (2000). The declining image of the German politic elite. *Press Politics*, Harvard, University Press, 5 (4): 71-88.
- Kotkin, S. e Sajó, A. (2002). *Political Corruption in transition: a sceptic's handbook*. Budapeste: Central European University Press.
- Kress, G. & Van Leewen, T. (1999). Front pages: (The critical) analysis of newspaper layout. In: Bell, A. & Garret, P. (eds). *Approches to media discourse* (pp. 187-219). Oxford: Blackwell Publishers.
- Kuhn, T. S. (1970). *Estrutura das revoluções científicas*. São Paulo: Perspectiva.
- Kuhn, T. S. (2005). *A estrutura das revoluções científicas*. São Paulo: Ed. Perspectiva.
- Lago, C. & Benetti, M. (2007). *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. Rio de Janeiro: Editora Vozes.
- Lakatos, E.M. & Marconi, M.de A. ( 1992). *Metodologia científica*. São Paulo: Atlas.
- Lasswell, H. D. (1927). *Propaganda techniques in the world war*. New York: Peter Smith.
- Lasswell, H. D. (1936). *Politics: who gets what, when, how*. New York: McGraw-Hill.
- Lazersfeld, P., Berelson, B., Gaudet, H. (1948). *The people's choice: how the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York: Columbia University Press.
- Le Bon, G. (Ed.) (1963). *Psychologie des foules*. Paris: Presse Universitaire de France.
- Leblanc, G. (1998). Del modelo judicial a los procesos mediáticos. In: Gauthier, G., Gosselin, A. & Mouchon, J. (org). *Comunicación y Política* (pp. 60-70). Barcelona: Gedisa.
- Léssard-Hérbert, M., Goyette, G., Boutin, G. (1994). *Investigação qualitativa: fundamentos e práticas*. Lisboa: Piaget.
- Leston-Bandeira, C. (2003). O parlamento e a opinião pública em Portugal: argumentos para a reforma. Lisboa, Instituto de Ciências Sociais. *Análise Social*, 38 (167): 467-482.
- Liebes, T. & Katz, E. (1990). *The export of meaning: cross-cultural readings of Dallas*. New York: Oxford University Press.
- Lima, L. C. (Org.) (1978). *Teoria da cultura de massa*. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra.
- Lindstedt, C. e Naurin, D. (2009). Transparency is not enough: making transparency effective in reducing corruption. *International Political Science Review*. 31 (3): 301-322.
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. New York: Free Press.
- Littlejohn, S. (1988). *Fundamentos teóricos da comunicação humana*. Rio de Janeiro: Editora Guanabarra.
- Lobo, N. (2000). *Ficção e política: o Brasil nas minisséries*. Manaus: Editora Valer.
- Lopes, M.I. V. de (1990). *Pesquisa em comunicação: formulação de um modelo metodológico*. São Paulo: Editora Loyola.
- Lopes, M. I. V. de (Org.) (2003). *Epistemologia da comunicação*. São Paulo: Editora Loyola.
- Louw, E. (2005). *The media and political process*. London: Sage.
- Luhmann, N. (1995). *Poder*. Barcelona: Anthropos.
- Luhmann, N. (1997). *Sociedad y sistema: la ambición de la teoría*. Barcelona: Paidós.
- Magalhães, P. (2000). Desigualdade, desinteresse e desconfiança: a abstenção nas eleições legislativas de 1999. Lisboa, Instituto de Ciências Sociais. *Análise Social*, 35 (157): 1079-1093.

- Magalhães, P. (2003). A confiança nos parlamentos nacionais: regras institucionais, representação e responsabilização política. Lisboa, Instituto de Ciências Sociais. *Análise Social*, 38 (167): 443-465.
- Maingueneau, D. (1998). *Analyser les textes de communication*. Paris: Dunod.
- Mair, P. (1997). *Party system change: approaches and interpretations*. Oxford: Clarendon Press.
- Mair, P. (2000). Os partidos políticos e a democracia. *Análise Social - ICS*. Lisboa, 38 (167): 277-293.
- Maldonado, A. E. et al. (2008). *Perspectivas metodológicas em comunicação: desafios na prática investigativa*. João Pessoa: Editora Universitária.
- Marconi, M. de A. & Lakatos, E. M. (1982). *Técnicas de pesquisa*. São Paulo: Editora Atlas.
- Marconi, M. A. & Lakatos, E. A. (1984). *Metodologia Científica*. São Paulo: Atlas.
- Martín-Barbero, J. (1997). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- Martins, L. O. (2006). *Mercados televisivos europeus*. Porto: Porto Editora.
- Marx, K. & Engels, F. (1970). *The German ideology*. London: Lawrence and Wishart.
- Marx, K. (1970). *Capital*. London: Lawrence and Wishart.
- Marx, K. (1974). *Manuscritos econômico-filosóficos e outros textos escolhidos*. São Paulo: Abril Cultural.
- Mattelart, A. & M. (1997). *A Comunicação-Mundo: história das ideias e das estratégias*. Lisboa: Piaget.
- Mattelart, A. & Mattelart, M. (1995). *Histoire des théories de la communication*. Paris: Éditions la Découverte.
- Mattelart, A. (1994). *A invenção da Comunicação*. Lisboa: Piaget.
- Mattelart, A. (1999). Vinte anos de pesquisa ou de certezas para a ambivalência. In: *Vinte anos de Ciências da Comunicação no Brasil*. São Paulo: Intercom.
- Mattelart, M & Mattelart, A. (1989). *O carnaval das imagens: a ficção na TV*. São Paulo: Brasiliense.
- McCombs, M. e Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. Oxford, Oxford University Press. *Public Opinion Quarterly*. 36(2): 176-187.
- McDonnell, J. (1991). *Public service broadcasting: a reader*. London: Routledge.
- McGinnis, J. (1969). *The selling of the president*. New York: Trident Press.
- McLuhan, M. H. (1993). *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix.
- McQuail, D. (1992). *Mass communication theory: an introduction*. London: Sage.
- McQuail, D. (2003). *Teorias da comunicação de massa*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- McQuail, D. (2008). Communication as an Academic Field: Western Europe. In: Donsbach, W. (Org.). *The International Encyclopedia of Communication* (pp. 638-645). London: Blackwell Publishing.
- McQuail, D. e Windahl, S. (2003). *Modelos de Comunicação*. Lisboa: Ed. Notícias.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, self and society*. Chicago: University of Chicago Press.
- Melucci, A. (2005). *Por uma sociologia reflexiva: pesquisa qualitativa e cultura*. Petrópolis: Editora Vozes.
- Merton, R. K. & Lazarsfeld, P. F. (1978). Comunicação de Massa, Gosto popular e organização da acção social. In: Lima, L.C., (Org.). *Teoria da Cultura de Massa* (pp. 54-127). Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Mesquita, M. (1993). Os Meios de Comunicação Social. In: Reis, A. (Coord.). *Portugal 20 anos de Democracia* (pp. 360-396). Lisboa: Círculo dos Leitores..
- Mesquita, M. (2003). *O quarto equívoco: o poder dos media na sociedade contemporânea*. Coimbra: Minerva.
- Mill, J. S. (1969). *On liberty*. London: Oxford University Press.

- Miller, D., Kitzinger, J., Beharrel, P., Williams, K. (1998). *The circuit of mass communication: media strategies, representation and audience reception in the AIDS crisis*. London: Sage.
- Miller, W. L., Grodeland, A.B. e Koshechkina, T. Y. (2001). *A Culture of corruption?* Budapest: Central European University Press.
- Moreira, A. (1979). *Ciência Política*. Lisboa: Livraria Bertrand.
- Morin, E. (1957). *Les stars*. Paris: Seuil.
- Morin, E. (1975). *L'esprit du temps*. Paris: Grasset.
- Morin, E. (1981). *Pour sortir du XX siècle*. Paris: Nathan.
- Morin, E. (1985). *O problema epistemológico da complexidade*. Lisboa: Europa-América.
- Morin, E. (1994). *Ciência com consciência*. Lisboa: Publicações Europa-América.
- Morley, D. & Brundson, C. (1999). *The nationwide television studies*. London: Routledge.
- Morley, D. & Silverstone, R. (1990). Domestic communications: technologies and meanings. *Media, Culture & Society*, 12 (1): 31-55.
- Morley, D. (1980). *The 'nationwide' audience: structure and decoding*. London: British Film Institute
- Morley, D. (1986). *Family television: cultural power and domestic leisure*. London: Comedie/Routledge.
- Mulgan, G. (1990). Television's holy grail: seven types of qualitative. In: G. Mulgan. *The question of quality* (pp. 4-32). London: British Film Institute.
- Neuendorf, K. (2002). *The content analysis guide book*. Thousand Oaks: Sage.
- Neuman, W. L. (2007). *Social research: Qualitative and quantitative approaches*. Boston: Person.
- Neveu, E. (2005). *Sociologia do jornalismo*. Porto: Porto Editora.
- Nietzsche, F. (1987). *Le crépuscule des idoles*. Paris: Flammarion.
- Nietzsche, F. (1874, 1988). *Seconde considération intempestive: de l'utilité et de l'inconvénient des études historique pour la vie*. Paris: Flammarion.
- Norris, P. (2002). *A virtuous circle: political communications in postindustrial societies*. Cambridge: University Press.
- Ortega y Gasset, J. (1927, 2001). *A rebelião das massas*. Lisboa: Relógio d'Água.
- Paixão, B. (2010). *O Escândalo Político em Portugal*. Coimbra: Minerva.
- Parsons, T. & Shils, E. (1951). *Toward a general theory of action: theoretical foundations in the social sciences*. New York: Harper & Row.
- Parsons, T. (1968). *The structure of social action*. New York: Free Press.
- Pasquino, G. (2004). Crise. In: Bobbio, N., Matteuci, N. & Pasquino, G. *Dicionário de Política* (pp. 303-306). Brasília: UNB.
- Patterson, T. (2002). Os media como actores políticos. In: *Media, Jornalismo e Democracia* (pp. 33-43). Lisboa: Livros Horizonte.
- Patterson, T. E. (1994). *Out of order*. New York: First Vintage.
- Patterson, T. E. (2003). Tendências do Jornalismo Contemporâneo: Estarão as notícias leves e o jornalismo crítico a enfraquecer a Democracia? Lisboa, Centro de Investigação Media e Jornalismo, *Media & Jornalismo*, 2: 19-47.
- Pêcheux, M. (1969). *Analyse automatique du discours*. Paris: Dunod.
- Pedro, E. R. (ed.) (1997). *Análise Crítica do Discurso*. Lisboa: Caminho.



- Peetz, H. (1998). *Métodos em sociologia*. Lisboa: Temas e Debates.
- Philo, G. (1999). *Message received*. London: Longman.
- Philo, G. (1990). *Seeing and believing*. London: Routledge.
- Philo, G. (ed.) (1995). *Industry, economy, war and politics: Glasgow University Media Reader*. London: Routledge.
- Philp, M. (2002). Political Corruption, Democratization, and Reform. In: *Political Corruption in transition: a sceptic's handbook* (p. 57-79). Budapest: Central European University Press.
- Pinto, M., Pereira, S., Pereira, L. Ferreira, T. D., (2011). *Educação para os Média em Portugal*. Lisboa: ERC.
- Ponte, C. (2004). *Leitura das Notícias*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Pu-Tsung King (1997). The press, candidate images, and voter perceptions. In: McCombs, M., Shaw, D., Weaver, D. (1997). *Communication and democracy* (pp. 29-40). London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Quivy, R. & Van Campenhoudt, L. (1992). *Manual de investigação em ciências sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Raboy, M. & Dagenais, B. (1992). Media and the Politics of Crisis. In: *Media, Crisis and Democracy* (pp. 1-15). London: Sage.
- Raboy, M. & Dagenais, B. (1992). *Media, Crisis and Democracy*. London: Sage.
- Ragin, C. C. (1994). *Constructing social research*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Reis, C. & Lopes, A.C. (2002; 2011). *Dicionário de Narratologia*. (7ª ed; 2ª reimpressão, 7ª ed.). Coimbra: Almedina.
- Rocher, G. (1989). *Sociologia Geral. A Acção Social*. Lisboa: Ed. Presença.
- Rosas, F. e Louçã, F. (2010). *Os donos de Portugal*. Porto: Afrontamento.
- Rose-Ackerman, S. (1999). *Corruption and government: causes, consequences and reform*. Cambridge: University Press.
- Rossetti, R. (2010). A Ruptura epistemológica com o empirismo ingénuo. In: Braga, J.L., Lopes, M.I. V. de, Marino, L.C. (Orgs.) (2010). *Pesquisa empírica em comunicação* (pp. 71-86). São Paulo: Paulus.
- Sajó, A. (2002). Clientelism and extortion: corruption in transition. In: Kotkin, S. e Sajó, A. (2002). *Political corruption in transition: A sceptic's handbook*. (pp. 1-21). Budapest: Central European University Press.
- Santos, B. de S. (1987). *Um discurso sobre as ciências*. Porto: Afrontamento.
- Santos, B. de S. & Meneses, M. P. de (Orgs.) (2010). *Epistemologias do sul*. Coimbra: Almedina.
- Sarre, R., Das, D. K. e Albrecht, H.-J. (2005). *Policing corruption*. Lanham: Lexington Books.
- Saussure, F. de (1949). *Cours de linguistique générale*. Paris: Payot.
- Saussure, F. de (1999). *Curso de linguística geral*. Lisboa: D. Quixote.
- Schramm, W. (1957). *Responsibility in mass communication*. New York: Harper.
- Schramm, W. (1997). *The beginnings of communication study in America*. London: Sage.
- Schramm, W. e Rivers, L. (1970). *Responsabilidade na comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Bloch Ed.
- Schroder, K. C. (1987). The pleasure of dynasty: the weekly reconstruction of self-confidence. In: Drummond, P. & Paterson, R. (eds.). *Television and its audience*. London: British Film Institute.
- Schudson, M. (1991). Media contexts: historical approaches to communication studies. In: Jensen, K. B. e Jankowski, N. W. (1991). *A Handbook of qualitative methodologies for mass communication research* (pp. 175-189). London: Routledge.

- Schudson, M. (1995). *The power of news*. Cambridge: Harvard University Press.
- Schudson, M. (1997). The sociology of news production. In: Berkowitz, D. (1997). *Social meanings of news: a text-reader* (pp. 7-22). London: Sage.
- Schudson, M. (2004). Notes on scandal and the Watergate legacy. *American Behavioral Scientist*, (47): 1231-1238.
- Seale, C. (Org.) (2006). *Researching society and culture*. London: Sage.
- Semetko et al. (1991). *The formation of campaigns agendas*. New York: Lawrence Erlbaum.
- Serrano, E. (2002). *As presidências abertas de Mário Soares*. Coimbra: Minerva.
- Serrano, E. (2006). *Jornalismo político em Portugal: a cobertura de eleições presidenciais na imprensa e na televisão (1976-2001)*. Lisboa: Ed. Colibri.
- Sfez, L. (1993). *Dictionnaire critique de la communication*. (2 vol.). Paris: PUF.
- Shannon, C. & Weaver, W. (1949). *Mathematical theory of communication*. Illinois: University Press.
- Shea, D. (1999). All scandal politics is local: ethical lapses, the Media and Congressional Elections. *International journal of Press Politics* 4: 45-62.
- Shoemaker, P. & Reese, S. D. (1996). *Mass Media: content analysis*. New York: Longman.
- Siebert, F., Peterson, T., Schramm, W. (1956). *Four theories of the press*. Urbana: Illinois.
- Silva, A. S. & Pinto, J. M. (Orgs.) (1986). *Metodologia das ciências sociais*. Porto: Afrontamento.
- Silva, E. C. (2004). *Os donos da notícia: concentração da propriedade dos Media em Portugal*. Porto: Porto Editora.
- Silva, E. L. e Menezes, E. M. (2001). *Metodologia de pesquisa e elaboração de dissertação*. Florianópolis: UFSC.
- Silverman, D. (2004). Research and social theory. In: Seale, C. (Org.) (2004). *Researching society and culture* (pp. 47-69). London: Sage.
- Silverman, D. (2004). Research and social theory. In: Seale, C. (Org.). *Researching society and culture* (pp. 47-69). London: Sage.
- Sousa, J. P. (1994). *As Notícias*. Porto: Universidade Fernando Pessoa.
- Sousa, J. P. (1994). *Fotojornalismo*. Porto: Universidade Fernando Pessoa.
- Sousa, L. de (2010). Anti-corruption agencies: between empowerment and irrelevance. *Crime, Law, Social Change* (53): 5-22.
- Sousa, L. de e Triães, J. (2007). *Corrupção e Ética em democracia: o Caso de Portugal*. Lisboa: ObercomBrief.
- Sousa, L. de e Triães, J. (Orgs.) (2007). *Corrupção e ética em democracia: O caso de Portugal*. Lisboa, CIES/ISCTE. (<http://www.obercom.pt/content/410.np3>)
- Sousa, L. de e Triães, J. (Orgs.) (2008). *Corrupção e os portugueses: atitudes, práticas e valores*. Oeiras: Rui Costa Pinto Editores.
- Sparks, C. & Tulloch, J. (eds.) (2000). *Tabloid tales: global debates over media standards*. New York: Rowman & Littlefield Publishers.
- Storey, J. (1996). *Culture theory and popular culture*. London: Prentice Hall.
- Sumser, J. (2002). *A guide to empirical research in communication*. London: Sage.
- Swanson, D. (1995). El campo de comunicación política. La democracia centrada en los media. In: Muñoz-Alonso, A. & Rospir, J.I. *Comunicación política* (pp. 3-24). Madrid: Editorial Universitat.
- Thompson, E. (1963). *The making of the English working class*. New York: Vintage.

- Thompson, J. B. (2002). *O escândalo político: poder e visibilidade na era mídia*. Rio de Janeiro: Vozes.
- Thompson, J. B. (1998). *Ideologia e cultura moderna: teoria social e crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Vozes.
- Thompson, J.B. (1999). *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes.
- Tocqueville, A. (1979). *A democracia na América*. São Paulo: Abril Cultural.
- Touraine, A. (1996). *O retorno do actor: ensaio sobre sociologia*. Lisboa: Piaget.
- Traber, M. (1997). The ethics of communication worthy of human beings. In: M. Traber, M. e C. (eds.), *Communication ethics and universal values* (pp. 327-343). Thousand Oaks: Sage.
- Tracey, M. (1998). *The decline and fall of public service broadcasting*. Oxford: Oxford Press.
- Transparency International. (2005). *Global report 2004: Political corruption*. Cambridge: University Press.
- Transparency International. (2008). *Global report 2007: Corruption in judicial systems*. Cambridge: University Press.
- Transparency International. (2010). *Global report 2009: Corruption and the private sector*. Cambridge: University Press.
- Traquina, N. & Mesquita, M. (2003). *Jornalismo cívico*. Lisboa: Livros Horizontes.
- Traquina, N. (1993) (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e «estórias»*. Lisboa: Vega.
- Traquina, N. (2000). *O Poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento*. Coimbra: Minerva.
- Traquina, N. (2002). *Jornalismo*. Lisboa: Quimera.
- Traquina, N. (2004). *A tribo jornalística: uma comunidade transnacional*. Lisboa: Editorial Notícias.
- Traquina, N. (2010) (Org.). *Do chumbo à era digital*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Tuchman, G. (1978). *Making news: a study in the construction of reality*. New York: Free Press.
- Tuchman, G. (1991). Media institutions. Qualitative methods in the study of news. In: Jensen, K. B. & Jankowski, N. W. (1991). *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research* (pp. 79-92). London: Routledge.
- Tuchman, G., Daniels, A.K., Benet, J. (eds.) (1978). *Hearth and home: images of women in the mass media*. New York: Oxford University Press.
- Tufte, T. (2000). *Living with the rubbish queen: telenovelas, culture and modernity in Brazil*. Luton: Luton Press.
- Turner, B.S., (ed.) (2002). *Teoria social*. Miraflores: Difel.
- Turner, G. (1996). *British cultural studies*. London: Routledge.
- Vala, J. Representações sociais - para uma psicologia social do pensamento social In: Vala, J. e Monteiro, M.B. (1996) *Psicologia Social* (pp. 353-384). Lisboa: Fundação Gulbenkian.
- Van Campenhoudt, L. (2003). *Introdução à análise dos fenómenos sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Van Dijk & Kintsch, W. (1983). *Strategies of discourse comprehension*. New York: Academic Press.
- Van Dijk, T (1991). Media contents: The interdisciplinary study of news as discourse. In: Jensen, K.B. & Jankowski, N.W. (1991). *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research*. London: Routledge.
- Van Dijk, T. (1990). *La noticia como discurso*. Barcelona: Paidós Comunicació.
- Van Dijk, T. (1994). Discourse and Cognition in Society. In: Croley, D. & Mitchell, D. (1994). *Communication theory today* (pp. 107-126). London: Polity Press.

- Veron, E. & Escudero Chauvel, L. (Orgs.) (1997). *Telenovela ficción popular y mutaciones culturales*. Barcelona: Gedisa.
- Vink, N. (1988). *The telenovela and emancipation*. Amsterdam: Royal Tropical Institute.
- Watzlawick, P. E., Beavin, J. H., Jackson, D. D. (1996). *Pragmática da comunicação humana*. São Paulo: Cultrix.
- Weaver et al. (1981). *Media agenda-setting in a presidential election: issues, images and interest*. New York: Praeger.
- Weaver, D. (1996). Media agenda-setting and elections: 1970s-1990s. In: Paletz, D., *Political communication research: approaches, studies, assessments* (pp. 211-224). Norwood: Ablex Publishing Corporation.
- Weber, M. (1947). *The theory of social and economic organization*. Glencoe: The Free Press.
- Weber, M. (1980). *Textos selecionados*. São Paulo: Abril Cultural.
- Weber, M. (1995). *Metodologia das ciências sociais*. São Paulo: Cortez.
- Whal-Jorgesen, K. & Hanitzch, T. (2009). *The Handbook of Journalism Studies*. London: Routledge.
- Wiener, N. (1993). *Cibernética e sociedade: o uso humano de seres humanos*. São Paulo: Cultrix.
- Wilke, J. W. & Reinemann, C. (2001). Do the candidates matter? Long-term trends of campaign coverage. A study of the German press since 1949. London. Sage. *European Journal of Communication*, 16 (3): 291-314.
- Wildebols, J. H. (2004). *The soap opera paradigm: television programming and corporate priorities*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Williams, R. (1963). *Culture and Society*. Hamondsworth: Penguin Books.
- Williams, R. (1966). The Analysis of Culture. In: Storey, J. *Culture theory and popular culture* (pp. 57-60). London: Prentice Hall.
- Windahl, S. & McQuail, D. (1993). *Modelos de comunicação para o estudo da comunicação de massa*. Lisboa: Ed. Notícias.
- Winkin, Y. (1981). *La nouvelle communication*. Paris: Ed. Seuil.
- Wiseman, H. V. (1971). *Political Systems: some sociological approach*. London: Routledge.
- Wolf, M. (1994). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.
- Wolf, M. (1991). *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença.
- Wolton, D. (1999). *Pensar a comunicação*. Miraflores: Difel.
- Wolton, D. (1999). *Pensar a comunicação*. Miraflores: Difel.
- Wood, H. (2009). *Talking with television: women, talk shows and modern self reflexivity*. Urbana: University of Illinois Press.
- Woolacott, J. (1995). Messages and meanings. In: Gurevitch, M., Bennett, T., Curran, J. *Culture, society and the media* (pp. 91-111). London: Routledge.
- Yin, R. K. (2001). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman.
- Zelizer, B. (2004). *Taking journalism seriously: news and the academy*. London: Sage.
- Zelizer, B. (2009). Journalism and Academy. In: Whal-Jorgesen, K. & Hanitzch, T. *The Handbook of Journalism Studies* (pp. 29-41). London: Routledge.

(Página deixada propositadamente em branco)

SÉRIE ENSINO  
IMPRESA DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA  
COIMBRA UNIVERSITY PRESS  
2012

