

Departamento de Sociologia

**O Tom da Cobertura de Assuntos Políticos pela Imprensa Nacional  
Diária: Uma Análise às Campanhas Eleitorais das Eleições  
Legislativas de 2002, 2005 e 2009.**

**Diogo Miguel Inácio Taborda e Silva**

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de  
Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

**Orientador:**

**Doutor Pedro Pereira Neto, Professor Auxiliar Convidado  
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa**

**Coorientadora:**

**Doutora Rita Maria Espanha Pires Chaves Torrado da Silva, Professora Auxiliar  
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa**

**Setembro, 2013**



Departamento de Sociologia

**O Tom da Cobertura de Assuntos Políticos pela Imprensa Nacional  
Diária: Uma Análise às Campanhas Eleitorais das Eleições  
Legislativas de 2002, 2005 e 2009.**

**Diogo Miguel Inácio Taborda e Silva**

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de  
Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

**Orientador:**

**Doutor Pedro Pereira Neto, Professor Auxiliar Convidado  
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa**

**Coorientadora:**

**Doutora Rita Maria Espanha Pires Chaves Torrado da Silva, Professora Auxiliar  
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa**

**Setembro, 2013**

## **AGRADECIMENTOS**

Aos meus orientadores Doutor Pedro Pereira Neto e Doutora Rita Espanha pela valiosa e imprescindível contribuição fornecida ao longo de todo o processo de edificação da dissertação.

À Doutora Susana Salgado por todo o apoio prestado na fase da delimitação e desenho da temática a abordar, que se constituiu como um precioso impulso para o trabalho posteriormente desenvolvido.

À Doutora Sílvia Silva pela incondicional disponibilidade demonstrada e pelas pertinentes sugestões apresentadas no que concerne à definição da metodologia inerente à análise de conteúdo.

À Diana por toda a força espiritual que me concedeu até nos momentos mais difíceis e pela viva motivação que me transmite a cada dia da nossa existência.

Aos meus pais Helena e Vasco pelo extenso acompanhamento prestado ao longo de todo o meu percurso académico.

Aos meus avós Lisete e Carlos por toda a preocupação e pela inspiração que são para mim.

## RESUMO

Em países desenvolvidos como Portugal os meios de comunicação de massa são parte integrante da vida da população. A Imprensa é um veículo fundamental de transmissão de informação para os cidadãos, transformando os acontecimentos em notícias difundidas e consumidas em larga escala. Peças jornalísticas que são narrativas construídas com a interferência da subjetividade do jornalista e que, por esse motivo, dão origem à existência de uma tipologia de efeitos dos media centrada na influência que os grandes órgãos de comunicação exercem sobre a imagem da realidade criada pelos seus destinatários.

Os efeitos produzidos pelos *mass media* no público e a obrigatoriedade de existência de uma Imprensa livre em qualquer regime democrático atribuem uma pertinência fulcral aos estudos sobre o conteúdo informativo amplamente disseminado pelas entidades jornalísticas. Neste sentido, a presente dissertação apresenta uma análise de conteúdo à cobertura noticiosa dos períodos de campanha eleitoral das eleições legislativas nacionais de 2002, 2005 e 2009 desenvolvida pelos jornais diários *Correio da Manhã*, *Jornal de Notícias* e *Público*. O critério avaliado é o do tom, sendo as notícias classificadas como tendo um tom neutro ou equilibrado, predominantemente negativo ou predominantemente positivo.

Para além de apontarem o tom predominante verificado na cobertura de assuntos políticos em períodos pré-eleitorais por parte Imprensa nacional diária na primeira década do séc. XXI, os resultados demonstram também a evolução temporal deste critério de 2001 para 2009, promovendo a avaliação sistemática de um traço distintivo da informação política e abrindo uma janela comparativa face a investigações futuras semelhantes.

**PALAVRAS-CHAVE:** Meios de Comunicação de Massa; Imprensa, Efeitos dos Media, Cobertura Noticiosa, Campanha Eleitoral, Tom Predominante, Informação Política.

## **ABSTRACT**

In developed countries, such as Portugal, mass media is a part of everyday life. The Press is a main vehicle for diffusing information to the citizens of a country, changing events into largely consumed information. News pieces that are narratives written under the subjective eye of the journalist lead to a specific type of media effects focused on the influence the mass media have on reality as viewed by news recipients.

The effects produced by the mass media in their public and the need for a free Press makes it extremely important to study how the news are presented. So, this study analyzes news content on the election campaigns of 2002, 2005 and 2009 in the following newspapers: *Correio da Manhã*, *Jornal de Notícias* and *Público*. The criterion for this analysis is tone, the news being classified as neutral or unbiased, either predominantly negative or predominantly positive.

Not only does this analysis evidence the main tone in political news in pre-election periods during the first decade of the 21<sup>st</sup> century, the results also portray the changes, in terms of this criterion, between 2001 and 2009, thus promoting a systemic assessment of political information and the possibility for further comparative research.

**KEY-WORDS:** Mass Media; Press; Effects of Mass Media; Media Coverage; Election Campaigns; Predominant Tone; Political Information

## ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO .....	1
1.1 TEMÁTICA GERAL: BREVE HISTÓRIA DA IMPRENSA.....	1
1.2 PERGUNTAS DE PARTIDA E PROBLEMA CENTRAL DA INVESTIGAÇÃO .....	2
1.3 A PERTINÊNCIA DOS ESTUDOS SOBRE A COBERTURA JORNALÍSTICA DE CAMPANHAS ELEITORAIS.....	4
1.4. ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO .....	7
2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO.....	9
2.1 A ABORDAGEM OBJETIVISTA DOS EFEITOS DOS MEDIA.....	9
2.2 O REGRESSO AO PASSADO E A PERSPETIVA COGNITIVISTA.....	12
2.3 AS NOTÍCIAS COMO REALIDADE CONSTRUÍDA .....	14
2.4 DO AGENDAMENTO AO ENQUADRAMENTO .....	15
2.5 A ETERNA RELAÇÃO ENTRE JORNALISMO E DEMOCRACIA .....	18
2.6 O ESTUDO DAS COBERTURAS MEDIÁTICAS DE ASSUNTOS POLÍTICOS .....	19
3. A ANÁLISE DE CONTEÚDO .....	25
3.1 OBJETIVOS DA INVESTIGAÇÃO .....	25
3.2 HIPÓTESES DE INVESTIGAÇÃO.....	26
3.3 METODOLOGIA ADOTADA.....	27
3.4 CATEGORIZAÇÃO: O TOM.....	28
3.5. O CONTEXTO POLÍTICO DAS ELEIÇÕES E OUTRAS CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS .....	31
4. RESULTADOS .....	33
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	37
6. BIBLIOGRAFIA .....	45
7. ANEXOS .....	49
8. CURRICULUM VITAE .....	51

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>FIGURA 4.1</b> - O tom predominante da cobertura noticiosa realizada pela Imprensa diária nacional das campanhas eleitorais relativas às eleições legislativas de 2002, 2005 e 2009, avaliado em termos globais. ....	34
<b>FIGURA 4.2</b> - O tom predominante da cobertura noticiosa realizada pela Imprensa diária nacional das campanhas eleitorais relativas às eleições legislativas de 2002, 2005 e 2009, com valores separados por anos.....	35
<b>FIGURA 4.3</b> - O tom predominante da cobertura noticiosa realizada pela Imprensa diária nacional das campanhas eleitorais relativas às eleições legislativas de 2002, 2005 e 2009, com valores separados por jornal.....	36

## **GLOSSÁRIO DE SIGLAS**

- BE: Bloco de Esquerda
- CDU: Coligação Democrática Unitária (PCP + PEV)
- CDS-PP: Partido do Centro Democrático Social – Partido Popular
- *CM: Correio da Manhã*
- *CMPA: Center for Media and Public Affairs*
- *JN: Jornal de Notícias*
- PCP: Partido Comunista Português
- PEV: Partido Ecologista “Os Verdes”
- PS: Partido Socialista
- PPD-PSD: Partido Popular Democrático – Partido Social Democrata
- *PUB: Público*
- *RTP – Rádio Televisão Portuguesa*
- *SIC – Sociedade Independente de Comunicação*
- *TVI – Televisão Independente*

“No seu melhor a imprensa é um servidor e guardião das instituições; no seu pior é um meio através do qual alguns exploram a desorganização social em seu próprio benefício”

(Lippmann, 2007[1922]: 276)

# 1. INTRODUÇÃO

## 1.1 TEMÁTICA GERAL: BREVE HISTÓRIA DA IMPRENSA

O séc. XV ficou para sempre marcado na História muito graças a uma invenção que desempenhou um papel crucial na evolução da humanidade. Por volta do ano 1440, Johannes Gutenberg criou a prensa móvel, uma tecnologia inédita que permitiu superar as limitações dos manuscritos e dar início à reprodução ou cópia de textos em larga escala. A este revolucionário mecanismo centrado numa eficaz utilização dos tipos móveis deu-se então o nome de imprensa, termo que com a rápida e crescente aceitação global que o engenho registou foi gradualmente deixando de ser associado à técnica de impressão mas sim ao produto por ela produzido (Tengarrinha, 1989: 15).

A disseminação de oficinas de impressão ampliou-se um pouco por toda a Europa com relativa rapidez e, tal como já havia acontecido noutros países europeus em anos transatos, em Novembro de 1641 nasce a primeira publicação portuguesa impressa de cariz jornalístico e periodicidade regular (Ibidem: 35). Publicada mensalmente, a *Gazeta da Restauração* é criada pelas mãos do rei D. João IV e submetida à implacável censura prévia, consubstanciando-se desta forma num importante objeto de propaganda política ao serviço da entidade real (Ibidem: 38-39), tendo acontecido o mesmo com as publicações que a sucederam. Com a crescente facilidade de impressão atribuída pela tipografia, a percepção por parte das entidades políticas da altura do poder de influência de tais objetos ganha consistência e, cientes do “interesse do público pela *notícia*” (Ibidem: 35), durante várias décadas os governantes não hesitaram em instrumentalizar os jornais transformando-os em meios para controlar a Opinião Pública e manter a ordem social.

Este panorama só é alterado no séc. XIX com a “emergência de um novo paradigma” (Traquina, 2002: 20). A venda de jornais passa a ser encarada como um negócio lucrativo e o fenómeno da *penny press* tem início à medida que se verifica um vertiginoso aumento de tiragens, dando origem à formação do “primeiro *mass media* da História, a Imprensa” (Ibidem). Com todo este desenvolvimento, o jornalismo agora feito por jornalistas deixa de veicular propaganda para passar a transmitir uma informação descomprometida, factual e isenta, criando-se assim um código deontológico assente em conceções democráticas que serve ainda de modelo para os profissionais da informação dos dias de hoje e abrindo-se desta forma um “novo enquadramento de democracia” centrado no princípio recém-acreditado da Imprensa como “quarto poder” (Ibidem: 31).

Em pleno séc. XXI, os meios de comunicação de massa já não se restringem aos jornais. A Rádio, a Televisão e, mais recentemente, a Internet deram origem à edificação de verdadeiras “auto-estradas da informação” (Ascensão, 2001: 149), atribuindo ao tempo atual, tal como afirmara Robert Park com considerável antecedência, o rótulo de “época das notícias” (1940: 686). Mas afinal que notícias são estas? Quais as características da informação que nos é apresentada diariamente?

Como resposta a estas questões é plausível invocar os “critérios de noticiabilidade” e os “valores-notícia” estratificados por autores como Nelson Traquina (2002: 173-200) ou até a tradição herdada do séc. XIX que nos remete para um conteúdo informativo verdadeiro e desprovido de ligações político-partidárias, mas a verdade é que o clima que se viveu durante o período das duas grandes guerras mundiais reavivou a discussão em torno destas temáticas. Por serem um fenómeno recente, as comunicações de massa foram ligadas às dramáticas experiências totalitárias de tão traumático período histórico (Wolf, 2006[1987]: 20), o que deu origem ao início de um debate sobre a questão do poder de influência dos media que se prolonga até aos dias de hoje através da realização de numerosas investigações sobre os contornos caracterizadores da informação mediática veiculada pelos *mass media*, sem que ainda tenham sido obtidas conclusões absolutas no que concerne à amplitude e à capacidade de alcance destes mesmos efeitos.

É neste contexto que se enquadra o conteúdo da presente dissertação. Planeada com o intuito principal de acrescentar uma contribuição fundamentada aos estudos empíricos até esta data desenvolvidos em Portugal sobre os contornos da informação jornalística de cariz político veiculada pelos meios de comunicação de massa nacionais, a investigação aqui apresentada visa em primeira instância estruturar um conjunto de resultados através dos quais seja possível passar a conhecer melhor as características da informação política transmitida pelos *mass media* nacionais. A análise de conteúdo será aplicada exclusivamente à Imprensa diária com base no critério único de avaliação do tom predominante das notícias relativamente aos atores políticos, uma característica cuja fiscalização é indispensável no quadro dos estudos sobre a informação jornalística muito pelo facto de possuir uma relação direta com a apreciação do grau de neutralidade deontológica inerente ao processo de produção do conteúdo mediático veiculado pelos órgãos de comunicação social para o público. Todas estas opções surgem dentro de uma grelha de análise cujas particularidades serão devidamente justificadas e explicadas nos capítulos seguintes.

## **1.2 PERGUNTAS DE PARTIDA E PROBLEMA CENTRAL DA INVESTIGAÇÃO**

Foi sob o propósito primordial de estruturar uma análise à informação noticiosa produzida pelos *mass media* portugueses que todo o esqueleto da presente dissertação se desenhou desde o seu primeiro momento. Tendo em consideração os conteúdos abordados no ramo de Comunicação e Política do Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, o foco de abordagem foi restringido desde logo aos conteúdos informativos de cariz político, o que possibilitou formular uma primeira pergunta de partida muito geral que serviu ainda assim para apontar a direção pela qual a investigação deveria prosseguir: “Quais são as características da informação política produzida pelos meios de comunicação de massa em Portugal?”

Tal como é comum em qualquer pergunta de partida, ela possui uma dimensão exploratória e

meramente orientadora, sendo portanto imprescindível aprimorá-la e dotá-la de uma maior precisão que se traduza na identificação dos principais traços configuradores da investigação que se visa desenvolver. Neste sentido, foi antes de mais necessário identificar quais as características da informação cuja avaliação se pretende consumir, revelando-se claro desde cedo que os atributos sujeitos a classificação não seriam de teor formal mas sim ao nível do conteúdo das peças jornalísticas, uma vez que a intenção subjacente ao projeto é a de extrapolar conclusões relativas às características da mensagem presente nas notícias e ao modo como esta é transmitida pelo jornalista. As leituras exploratórias revelaram uma panóplia de critérios utilizados em estudos sobre a informação produzida pelos meios de comunicação social, mas as limitações existentes ao nível da extensão física do corpo de texto da presente dissertação acabaram por limitar a avaliação empírica a um único critério de análise: o tom.

Testado em diversas investigações nesta área, o tom predominante das notícias é calculado em função da imagem que a notícia faz transparecer dos atores políticos para o indivíduo que a lê (Lengauer et al., 2012: 195-197). Esta perceção é construída em função da própria ocorrência relatada na notícia (que, por exemplo, pode ser mais negativa se se tratar de um caso de corrupção), do conteúdo das citações transcritas no texto (no caso de conterem críticas ou elogios ao carácter ou à performance dos atores políticos) e das interpretações, comentários ou avaliações de juízo por parte do jornalista (caso elas existam). Partindo deste quadro de análise, devidamente aprofundado e pormenorizado no capítulo relativo à definição da categoria e subcategorias adotadas, o codificador ganha a capacidade de aferir se o tom da notícia alvo de exame é predominantemente positivo, predominantemente negativo, ou tendencialmente neutro ou equilibrado, dando corpo através desta técnica de análise de conteúdo aos resultados que se constituem como o maior contributo que a investigação aqui proposta dará a este ramo de conhecimento das Ciências Sociais.

Dentro das características globais da informação jornalística de cariz político, propomo-nos então a avaliar unicamente o tom relativo aos atores políticos que estas notícias possuem em si mesmas e transmitem para o público através do seu conteúdo. Mas quando falamos em disseminação de informação jornalística em pleno séc. XXI não podemos esquecer o elevado número de meios de comunicação que exercem atividade nos dias de hoje. Ainda que nos restrinjamos aos *mass media* tradicionais (Imprensa, Rádio e Televisão), é em termos humanos impossível efetuar uma análise que englobe todos eles, pelo que foi necessário proceder a delimitações estratégicas no que toca ao objeto de estudo e aos períodos de análise.

Perante tal obrigação, o foco de análise foi apontado em exclusivo à Imprensa escrita, mais precisamente aos três jornais diários generalistas de maior tiragem no cômputo geral dos três anos em

que se inserem os períodos analisados (*Correio da Manhã, Jornal de Notícias e Público*)<sup>1</sup> pelo mais fácil acesso aos seus conteúdos em comparação aos televisivos ou radiofónicos. O balizamento temporal foi situado nos períodos oficiais de campanha eleitoral das eleições legislativas nacionais de 2002, 2005 e 2009 com o intuito de permitir encontrar o padrão geral da cobertura durante a primeira década do séc. XXI e averiguar a existência ou ausência de diferenças entre os distintos jornais e períodos analisados.

Todas as escolhas acima referidas serão justificadas no capítulo da caracterização da metodologia adotada, apresentada a par da explicitação pormenorizada dos objetivos da investigação que, apesar de se encontrarem diretamente relacionados com aquilo que até aqui foi dito, vão acrescentar informação necessária ao correto entendimento de todo o processo inerente à análise de conteúdo que a investigação aqui proposta pretende consumir. Ainda assim, tomando por base a pergunta de partida supramencionada e acrescentando os esclarecimentos prestados no seu seguimento, torna-se neste ponto relevante identificar com clareza o que se pretende aferir com a realização do presente estudo através da identificação do problema central da investigação, que pode ser determinado nos seguintes termos: “Qual foi o tom predominante da cobertura noticiosa relativa a assuntos políticos realizada pela Imprensa diária portuguesa durante os períodos oficiais de campanha eleitoral das eleições legislativas de 2002, 2005 e 2009?”

### **1.3 A PERTINÊNCIA DOS ESTUDOS SOBRE A COBERTURA JORNALÍSTICA DE CAMPANHAS ELEITORAIS**

Delineadas as principais questões que a investigação pretende abordar, aproximamo-nos neste ponto dos três motivos fundamentais que, articulados entre si, sustentam a pertinência da temática selecionada para a investigação. Como mote para uma adequada sustentação da importância de que se revestem os estudos sobre as características da informação jornalística, a frase de João Carlos Correia é sugestiva e esclarecedora: “O estudo do jornalismo tornou-se uma empresa comum a académicos de todo o mundo, graças à percepção de que as notícias (...) ajudam a configurar o modo como nos vemos a nós próprios, aos outros e ao mundo” (2011: 15).

A primeira razão justificativa da pertinência deste trabalho possui uma relação direta com as palavras supracitadas de João Carlos Correia. Tal como indica o professor e investigador português, as substanciais investigações empíricas que se têm multiplicado desde o séc. XX pelos Estados Unidos e pela Europa em torno das características da informação jornalística no prisma da sua possível

---

<sup>1</sup> Segundo dados da Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação presentes em [http://www.apct.pt/Analise\\_simples.php](http://www.apct.pt/Analise_simples.php). O jornal *24 Horas* não foi tomado em consideração neste contexto pelo facto de já ter encerrado a sua atividade, inviabilizando a comparação dos resultados obtidos neste estudo com os de outras investigações semelhantes que se possam realizar no futuro.

influência sobre as percepções da audiência tendem a apontar no sentido de que, em maior ou menor escala, agindo direta ou indiretamente sobre os indivíduos, os efeitos exercidos pelos *mass media* sobre o público existem mesmo na realidade (McQuail, 1983 *in* Curran et al. (org.): 90). É plausível aferir que “nos dias de hoje o dogma da «falta de poder dos meios de comunicação» já não é sustentável” (Noelle-Neumann, 2002 *in* Pissarra Esteves (org.): 151) e se pensarmos nesta capacidade de influência na esfera particular da atividade política, tal como se pretende neste contexto, estes efeitos refletem-se na impressão geral que os indivíduos constroem dos atores políticos e, em última instância, no seu sentido de voto, tal como pode ser entendido pelas palavras de Fred T. Smoller (1990 *in* Graber (org.): 215):

“Eles [referindo-se neste caso aos programas de informação televisivos] são os maiores atores da política americana. São a primeira fonte através da qual o público obtém a sua informação. (...) Este papel central atribui-lhes um imenso poder para moldar a direção da política americana (...) o que é particularmente evidente nas eleições presidenciais”.

Com contornos mais radicais ou mais conservadores, mais diretos ou indiretos, concretos ou mais ambíguos, em maior ou menor escala, a existência efetiva destes efeitos sobre o público, entendidos por Eric Saperas como “o conjunto das consequências resultantes da atividade das instituições emissoras [de informação] nas quais desenvolvem o seu trabalho um conjunto de profissionais especializados na narração dos acontecimentos que se sucedem no meio ambiente” (1987: 19), é admitida por inúmeros estudiosos, autores de amplas e diversificadas pesquisas nesta área (Bennett, 2001; Cook, 2005; Gitlin, 1978; Katz e Lazarsfeld, 2006[1955]; Klapper, 1960; Lippmann, 2007[1922]; McQuail, 1983 *in* Curran et al (org.); Noelle-Neumann, 1983; Patterson, 2004; Saperas, 1987; Schudson, 1995; Traquina, 2002). Seguindo este raciocínio, torna-se possível formular a tese de que, tendo em conta a elevada atenção conferida pelas pessoas nos dias de hoje à abrangente gama de meios de comunicação de massa atual, é fulcral para a construção de um claro entendimento e consciencialização públicos do ambiente social em que o ser humano atua que o conteúdo informativo veiculado pelos meios de comunicação de massa seja estudado com pormenor e os respetivos resultados disponibilizados para livre consulta por todos aqueles que tenham interesse em explorar esta temática.

Voltando às palavras de João Carlos Correia e recuando à essência das mesmas, a montante da afirmação acima transcrita encontra-se a ideia de que os jornalistas são portadores de uns “óculos” através dos quais veem o mundo e constroem a sua própria versão da realidade (Bourdieu, 1997: 12), relato esse que é num momento posterior transmitido para o público, transformando as notícias não em retratos exatos mas sim em interpretações subjetivas do referente que é o real. Falamos aqui da componente subjetiva inerente ao ato jornalístico (Lippmann, 2007[1922]: 274), em que a informação veiculada para a audiência é vista como sendo o mundo construído em notícias (Traquina, 2002: 12), produzidas por seres humanos permeáveis ao erro, a preconceitos variados (Kovach e Rosenstiel,

2001: 74) e a constrangimentos externos de ordem organizacional e profissional (Breed, 1955: 327). A hipótese sugerida inicialmente por Lippmann na década de 20 do séc. XX de que “notícias e verdade não são e mesma coisa” (2007[1922]: 273) ganhou força passados cerca de 50 anos, reunindo também a partir desse ponto histórico a concordância de vários académicos do ramo e apresentando-se, desta forma, como o segundo motivo fundamental pelo qual faz todo o sentido avaliar as características dos artigos jornalísticos veiculados pelos *mass media*.

Como terceiro argumento justificativo da pertinência da investigação encontra-se a tão debatida relação entre Jornalismo e Democracia, muito centrada no “mito do quarto poder” surgido a par da industrialização da Imprensa no séc. XIX (Traquina, 2004: 63). Pelo seu alcance social, pela amplitude e facilidade com que chega aos cidadãos e pelo facto de se constituir como uma fonte de conhecimento público diferente de todas as outras (Park, 1940: 675-676), a informação, construída a partir de um trabalho prévio de apreensão e atribuição de significado realizado pelo jornalista, ganha a capacidade de originar a criação de diversas significações por parte dos atores sociais e o conseqüente “sentido coletivo partilhado da ordem social” (Schutz, 1962 *apud* Tuchman, 2002 *in* Pissarra Esteves (org.): 95).

É com o consumir deste processo que o poder dos media se estende também à atividade política em si mesma, uma vez que às “importantes consequências para os indivíduos, para as instituições, para a sociedade e para a cultura” promovidas pelos *mass media* (McQuail, 1983 *in* Curran et al. (org.): 90) acrescenta-se o desempenho de uma importante função social de vigilância da atividade política assente no conceito de *watchdog* (cão-de-guarda, numa tradução literal para a língua portuguesa). Este controlo e denúncia de eventuais ilegalidades levadas a cabo por instâncias políticas (Traquina, 2002: 12) estabelece uma importante ponte entre os campos de Jornalismo e Democracia e determina a importância da atividade jornalística para o saudável funcionamento de um regime democrático. Também por este motivo se torna relevante proceder a uma avaliação criteriosa da informação política que nos é transmitida, sendo que a visível preocupação dos regimes ditatoriais em controlar os meios de comunicação social é o exemplo perfeito disso mesmo. As sábias palavras de Thomas Jefferson enquadram-se perfeitamente neste prisma, nas quais o terceiro Presidente dos Estados Unidos da América afirma que o conceito de regime democrático implica, como condição obrigatória de subsistência, a presença de uma Imprensa livre e descomprometida (*apud* Traquina, 2004: 67).

Posto isto, torna-se relevante esclarecer que a presente dissertação não se propõe a avaliar a existência ou ausência de possíveis ligações político-partidárias entre os media e as elites políticas, nem quantificar de modo algum os efeitos produzidos pelos meios de comunicação de massa. O trabalho aqui apresentado visa acima de tudo dar a conhecer ao público um pouco mais das características da informação noticiosa que o rodeia através da classificação do critério do tom, categoria escolhida pelo facto dos resultados subjacentes à sua avaliação reproduzirem a imagem

global que as notícias, pelo seu conteúdo e pela forma como são relatadas, constroem sobre as entidades políticas, num quadro perceptual que chega ao público de forma direta através de órgãos de informação como os jornais.

O papel central que os *mass media* desempenham na vida das pessoas e no meio social e político que as envolve deve ser apreendido e compreendido pelas mesmas, visto que se o ser humano estima a sua liberdade então necessita, em primeira instância, de zelar pelo pleno funcionamento de uma Imprensa digna, justa, descomprometida, factual e que tenha a objetividade e o rigor como métodos fundadores de toda a sua atividade. Se olharmos para um dos polos mais extremos, a possível adoção por parte dos *mass media* de uma postura de ataque e ceticismo constantes face aos atores políticos, aliada a uma eventual predisposição crónica dos próprios intervenientes políticos para tentarem denegrir a imagem dos seus opositores, tenderão a contribuir para a edificação de uma cobertura jornalística portadora de um tom predominantemente negativo, que por sua vez se poderá refletir na construção de uma impressão negativa por parte da Opinião Pública relativamente à globalidade da esfera política.

É tendo por base esta complexa rede de relações causais que a efetivação prática de uma neutralidade deontológica pelos meios de comunicação de massa ganha importância ética e social, facto capaz de conferir pertinência à avaliação da categoria do tom nos parâmetros propostos, no enquadramento daquilo que pode ser entendido como o dever dos cidadãos de fiscalizar a atividade desenvolvida pelas órgãos responsáveis pela disseminação pública da informação.

#### **1.4. ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO**

Depois de concluído o presente capítulo introdutório com a apresentação da problemática orientadora da investigação e dos motivos que sustentam a escolha da referida temática, o ponto que se segue na estrutura da dissertação é referente ao enquadramento teórico tão necessário à correta e assertiva perceção das conclusões posteriormente apresentadas.

Tentando explorar a fundo as temáticas já abordadas no subcapítulo relativo à pertinência do estudo proposto, segue-se a apresentação das mais importantes teorias elaboradas desde o início do séc. XX sobre a questão dos efeitos dos media, assim como uma ampla visão de algumas das teorias que reúnem maior consenso quanto a esta matéria nos dias que decorrem. Também o paradigma da subjetividade no jornalismo (Traquina, 2004: 73), consonante com a visão das notícias como “estórias” (Traquina, 2002: 10), possui um papel de destaque nesta fase, assim como as hipóteses do Agendamento e do Enquadramento e a incontornável relação de todas estas questões com a manutenção do regime democrático e com o poder político dos media. Exposta toda esta informação, na última alínea do enquadramento teórico são relatados de forma clara os resultados de alguns

estudos empíricos sobre a análise do tom das coberturas jornalísticas produzidos até ao momento em Portugal, nos Estados Unidos da América e na Europa, o que fornece um contributo precioso para a estruturação de um padrão global de conclusões que possam sustentar as hipóteses posteriormente identificadas.

O capítulo seguinte é referente ao estudo de análise de conteúdo propriamente dito, discernindo-se todos os pormenores e características da estrutura metodológica adotada. Os objetivos e respetivas das hipóteses de investigação são explicitados nesta secção, seguidos pelo esclarecimento dos principais atributos formais tais como a definição do objeto de estudo selecionado, do universo e amostra, assim como a clarificação precisa da categoria do tom e das subcategorias subjacentes, pormenores fundamentais para a consolidação da validade empírica e científica da investigação. Neste ponto é ainda feita uma alusão ao contexto político em que decorreram as três eleições legislativas em causa e também a algumas restrições e limitações que um estudo com estes contornos abarca.

Depois de justificadas todas as opções tomadas ao nível formal, no capítulo seguinte ganha corpo a apresentação dos resultados factuais da análise de conteúdo, o ponto forte e de maior interesse de toda a dissertação. De acordo com os objetivos anteriormente delineados, é aqui identificado o tom predominante das notícias publicadas pelos referidos jornais nos já mencionados períodos temporais, dentro de um esquema que permite a avaliação dos resultados em termos gerais e comparativos entre diferentes jornais, diferentes atos eleitorais e até mesmo entre períodos restritos dentro de cada campanha eleitoral.

Partindo de tais resultados e em articulação com as bases teóricas que sustentam a pertinência da investigação, o último capítulo relativo às considerações finais visa sintetizar toda a informação apresentada e sublinhar os aspetos de superior relevância, assim como tentar aferir as razões justificativas destes resultados e as possíveis consequências dos mesmos para a Opinião Pública, a sociedade e a esfera política.

O trabalho a que nos propomos acaba neste ponto, podendo, ainda assim, ser complementado posteriormente por académicos ou investigadores que tencionem desenvolver investigações na mesma área, trilhando deste modo um caminho conjunto e partilhado capaz de contribuir para o aumento do conhecimento público geral sobre os contornos fundamentais da informação disponibilizada pelos *mass media* nacionais ao longo do tempo.

## 2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

### 2.1 A ABORDAGEM OBJETIVISTA DOS EFEITOS DOS MEDIA

Numa famosa crónica publicada no jornal *Notícias da Tarde*, Mário Zambujal classifica o jornalismo como “a mais velha profissão do mundo” (1982). Neste mesmo artigo de opinião, Zambujal defende que o primeiro jornalista que o planeta presenciou chamava-se Adão e que esta personagem bíblica, conhecida por ter sido o primeiro ser humano a habitar a Terra, deu a Eva logo que esta chegou ao seu encontro “a primeira notícia de que há notícia” ao apontar-lhe o local onde o sol nascia, quais as árvores com melhores frutos e quais os melhores rios para pescar (Ibidem). Crenças ou descrenças religiosas à parte, significa isto que o nascimento da atividade jornalística coincidiu com o aparecimento da espécie humana e é inquestionável que, milénios volvidos desde esse momento, as notícias continuam a constituir uma parte integrante do nosso quotidiano.

O advento das comunicações digitais, marcado pela ampla generalização da Internet e das redes sociais, trouxe consigo a reabertura da discussão pública sobre a importância do jornalismo para os indivíduos e para a sociedade em geral, sobre os contornos que a informação veiculada pelos *mass media* tradicionais possui e sobre a relevância ou necessidade social de esta informação ser livre, descomprometida e isenta de juízos de valor. Os estudos contemporâneos sobre esta matéria têm-se debruçado muito sobre as potencialidades e possíveis consequências práticas do tão falado jornalismo cidadão praticado através das redes sociais, mas o facto é que as investigações em torno da problemática dos efeitos dos media remontam ao início do séc. XX. No seu livro publicado pela primeira vez em 1901 com o título *A Opinião e a Multidão*, Gabriel Tarde afirmava já que “as informações dos jornalistas, realmente, são impulsos irresistíveis” (1991[1901]: 67) e que a Imprensa trouxe consigo transformações significativas aos níveis da formação da Opinião Pública e do desenvolvimento da atividade política (Ibidem: 67-72), ideia consolidada com o passar dos anos e ampliada em grande escala com as especificidades dos períodos das duas grandes guerras mundiais (Pissarra Esteves, 2002 *in* Pissarra Esteves (org.): 14).

O importante papel desempenhado pela propaganda política no desenvolvimento destes dois conflitos globais, aliado ao crescente alcance de meios de comunicação como a Imprensa e a Rádio (já difundidas em grande escala) e a Televisão (que trilhava os primeiros passos do seu processo de expansão por altura da II Guerra Mundial) deram origem a uma crescente preocupação das comunidades política, empresarial e intelectual norte-americanas em torno da problemática do poder dos media, interesse que se acabou por transferir também para a própria Opinião Pública (Serrano, 2006: 36). Estávamos por esta altura situados na década de 30 e é neste momento histórico que se dá o surgimento daquilo que Edgar Morin classificou como “sociologia dos *mass media*” (Morin, 1998 *apud* Serrano, 2006: 36), com a problemática dos efeitos a assumir um valor paradigmático neste contexto (Pissarra Esteves, 2002 *in* Pissarra Esteves (org.): 15).

É em virtude desta consciencialização da capacidade de influência dos media sobre a população que se evidencia neste período entre as duas grandes guerras, em meados dos anos 30, a Teoria Hipodérmica de Harold Lasswell. Desenhada em 1927 na obra *Propaganda Techniques in the World War*, a hipótese também conhecida por Teoria dos Efeitos Ilimitados parte do princípio de que “os efeitos da comunicação de massa se exercem de um modo total, directo e irreversível «sobre cada elemento do público, que é pessoal e directamente atingido pela mensagem»” (Wright, 1975: 79 *apud* Pissarra Esteves, 2002 *in* Pissarra Esteves (org.): 15-16).

O modelo lasswelliano tem por base uma relação assimétrica e unidirecional de estímulo-resposta, segundo a qual existe um emissor ativo (o órgão de comunicação em causa) que transmite uma mensagem para um conjunto de recetores passivos e iguais entre si (os sujeitos individuais da audiência), provocando nestes últimos uma determinada reação uniforme. Estruturado em torno do esquema “quem, diz o quê, através de que canal e com que efeito” (Lasswell, 2002 *in* Pissarra Esteves (org.): 49) e centrado nas noções de manipulação e propaganda, este modelo comunicacional contém em si uma componente de premeditação e uma intencionalidade intrínseca por parte do emissor, que transmite determinada mensagem com o intuito de obter determinado resultado ou efeito na audiência (Wolf, 2006[1987]: 30), fazendo assim uso daquele que era entendido como o “imenso poder dos media para controlar as pessoas e levá-las a agir de acordo com as mensagens difundidas” (Pissarra Esteves, 2002 *in* Pissarra Esteves (org.): 17).

A Teoria dos Efeitos Ilimitados revelou-se dominante durante pouco mais de uma década, altura em que uma nova conceção conseguiu reunir o consenso e tomar o seu lugar. Construída sobre bases meramente teóricas, a Teoria Hipodérmica acabou por ser superada quando a sua validade foi posta à prova através de testes empíricos cujos resultados contradiziam e refutavam os seus próprios pressupostos fundamentais (Wolf, 2006[1987]: 32-33). No momento em que se procedeu à análise da realidade, verificou-se que os efeitos dos *mass media* sobre as audiências não seriam tão ilimitados e indiferenciados como Lasswell julgava uma vez que as massas são constituídas por indivíduos heterogéneos dotados da capacidade de consumir as mensagens transmitidas pelos media de forma seleccionada e não indiferenciada (Bauer, 1958: 67-68).

A superação da Teoria Hipodérmica deu-se muito por conta de uma nova visão da problemática dos efeitos nascida pelas mãos de Paul Lazarsfeld. Coautor de *The Peoples's Choice – How the Voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign* (Lazarsfeld et al., 1968[1944]) e de *Personal Influence – The Part Played by People in the Flow of Mass Communications* (Katz e Lazarsfeld, 2002[1955]), Lazarsfeld foi a figura central do novo paradigma dominante implementado por altura dos anos 40, teoria centrada na crença de que os efeitos dos media são limitados ou mínimos e edificada com base num novo modelo comunicacional conhecido por Fluxo de Comunicação em Dois Níveis e no conceito de Líderes de Opinião (Wolf, 2006[1987]: 51-53).

Esta inovadora concepção opõe-se de forma clara à tese da existência de uma relação direta e causal de manipulação das massas através da propaganda veiculada pelos *mass media* para defender um “processo indireto de influência” que depende mais das características e do contexto do meio social em que o processo comunicacional decorre do que do conteúdo da mensagem difundida (Ibidem: 51). É nesta ótica que os Líderes de Opinião, definidos Lazarsfeld et al. como um “conjunto de indivíduos mais ativos na campanha eleitoral (...) e mais preocupados com o tema, assim como mais conhecedores do mesmo” (1968[1944]: 49), são vistos como uma parcela da Opinião Pública mais ativa em termos de participação política e que faz uso da informação que detém em sua posse para proceder à sua transmissão para o eleitorado constituído pelas pessoas que conhece, tais como familiares, amigos, conhecidos ou colegas de trabalho, de modo a influenciar a sua intenção de voto.

É tendo por base este modelo de influência pessoal que o *Two-Step Flow of Communication*, ou Fluxo de Comunicação em Dois Níveis, se define, sendo os Líderes de Opinião elementos fundamentais em todo este processo na medida em que efetuam a mediação, a transmissão e a ponte da informação entre os media e as audiências ao “filtrarem” o conteúdo informativo proveniente dos meios de comunicação, selecionando-o, adequando-o e transmitindo-o para as pessoas da sua teia de relações diárias (Pissarra Esteves, 2002 *in* Pissarra Esteves (org.): 19).

Sustentado por estudos empíricos realizados em torno da influência dos *mass media* na intenção de voto dos eleitores em períodos de campanha eleitoral, as duas obras de referência coproduzidas por Lazarsfeld concluem então, sempre no prisma acima apresentado, que estes efeitos embora reduzidos podem ser distinguidos em três tipos fundamentais, constituídos tendo por referência o processo de construção de uma dada opinião individual: o “reforço”, a “ativação” e a “conversão” (Lazarsfeld et al., 1968[1944]: 101). Segundo os resultados das avaliações conduzidas por Lazarsfeld, Berelson e Gaudet, o “reforço” e a “ativação” (da opinião do indivíduo face a determinado assunto) são os mais comuns, em contraponto com um número muito reduzido de casos em que se dá a “conversão”, situações essas de carácter excecional que apenas decorrem em pessoas com índices de interesse muito reduzidos ou nulos sobre o assunto em causa ou situados na franja do eleitorado indeciso (Ibidem: 101-102).

Significa isto que o referido modelo centrado na “supremacia da comunicação pessoal” (Pissarra Esteves, 2002 *in* Pissarra Esteves (org.): 20) defende que os media possuem uma capacidade muito diminuta de alterar ou moldar as posições dos indivíduos no que toca a questões políticas, tendo apenas um relativo poder para reforçar ou ativar posições que já estavam determinadas ou predeterminadas nas pessoas muito antes de serem expostas aos meios de comunicação de massa. No contexto deste raciocínio, este seria então processo desenvolvido muito em função das interações sociais estabelecidas entre os elementos da comunidade, num conjunto de relações onde se destaca o papel crucial dos Líderes de Opinião (Ibidem).

Pela aparente consistência dos resultados empíricos apresentados por Lazarsfeld e seus colegas de investigação e pelo facto de os seus pressupostos satisfazerem os interesses tanto de entidades políticas como das empresas detentoras dos órgãos de comunicação social que viam nos meios de comunicação de massa um instrumento cujas potencialidades poderiam conferir grandes benefícios estratégicos e económicos para as suas próprias instituições (Gitlin, 1978: 224), o reinado do Paradigma dos Efeitos Limitados manteve-se vigente durante quase três décadas. Foi já na segunda metade do séc. XX que se assistiu a uma viragem drástica na corrente de pensamento dominante, traduzida numa verdadeira revolução no quadro da perceção deste ramo tão particular da Sociologia da Comunicação.

## 2.2 O REGRESSO AO PASSADO E A PERSPETIVA COGNITIVISTA

O início dos anos 70 marca o progressivo esgotamento do paradigma dominante imposto pelas investigações conduzidas por Lazarsfeld et al. e a conseqüente consolidação do estudo da dimensão cognitiva dos efeitos dos media (Saperas, 1987: 27). A par da “crise interna” existente no seio deste ramo da Sociologia da Comunicação (Ibidem), vivia-se um período de instabilidade em que os partidos políticos pareciam estar em crise e empenhados em adotar o seu discurso à nova realidade tecnológica imposta pela progressiva generalização da Televisão (Pissarra Esteves, 2002 *in* Pissarra Esteves (org.): 22), o que contribuiu para que passo a passo fossem surgindo perspectivas provenientes de diversos autores que apresentavam de forma sistemática algumas lacunas decisivas dos pressupostos do modelo de Lazarsfeld.

Num ensaio intitulado “*Media Sociology: The Dominant Paradigm*”, Todd Gitlin apresenta algumas “discrepâncias empíricas” da obra *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications* (Katz e Lazarsfeld, 2002[1955]) que põem em causa a validade das conclusões apresentadas pelos dois autores (1978: 219). Gitlin faz referência a um excerto dos resultados do estudo de Katz e Lazarsfeld em que é referido que 58% das mudanças de opinião relativas a assuntos políticos aconteceram “sem o envolvimento de qualquer contacto pessoal que os inquiridos se recordassem” (Katz e Lazarsfeld, 1955 *apud* Gitlin, 1978: 219) como forma de exemplificar um dos vários produtos do estudo empírico que foram “relatados mas não interpretados” nas conclusões (Gitlin, 1978: 219). Segundo Gitlin, a desvalorização e omissão de tais objeções foi consumada com o intuito de abafar dados que se poderiam constituir como perigosas barreiras à sólida sustentação do Modelo da Influência Pessoal e do Fluxo de Comunicação em Dois Níveis defendidos pelos autores (Gitlin, 1978: 219).

O contexto tecnológico e social já mencionado, aliado a esta corrente de pensamento que se empenhava em contestar a consistência e a veracidade dos pressupostos do paradigma dominante, abre espaço neste período histórico para a constituição de um novo leque de “preocupações relacionadas

com o funcionamento da Opinião Pública, a importância social do jornalismo no discurso político e o papel dos meios de comunicação na construção social da realidade” (Pissarra Esteves, 2002 *in* Pissarra Esteves (org.): 22). Investigadores de diversas áreas das Ciências Sociais começaram a perceber que os estudos desenvolvidos por Lazarsfeld e seus companheiros de investigação representam um “retrato incompleto dos efeitos de comunicação de massa porque se concentram apenas nos efeitos que ocorrem durante a campanha em si mesma” (Klapper, 1960: 254), uma ideia que é de resto subentendida nas palavras proferidas pelo próprio “pai” da Teoria dos Efeitos Limitados na obra produzida em parceria com Elihu Katz. Numa poderosa nota de rodapé os autores admitem que, apesar da grande maioria das investigações desenvolvidas entre as décadas de 40 e 70 remeterem para uma categoria de efeitos estritamente comportamental, objetivista e a curto prazo, seria um erro reduzir o papel dos *mass media* a estes termos já que “existem outros tipos de efeitos dos meios de comunicação – que não têm sido estudados – pelo que o impacto destes meios sobre a sociedade poderá muito maior” (Katz e Lazarsfeld, 2002[1955]: 133, n20).

Todos estes fatores deram um contributo decisivo para a efetivação da viragem ideológica para o ponto de vista dos efeitos cognitivos decorrida na passagem da década de 60 para a de 70. Tal como explica João Pissarra Esteves, algumas noções desenvolvidas nos anos 20 que haviam sido relegadas para o esquecimento “em virtude das poderosas pressões que se fizeram sentir sobre este género de pesquisa” (2002 *in* Pissarra Esteves (org.): 22), voltaram nesta altura a merecer a atenção merecida e a obra de autores de renome no como Walter Lippmann e Robert Park é ressuscitada para atribuir uma nova vida a esta perspetiva sobre os efeitos dos media.

A visão objetivista vigente, baseada numa tipologia de efeitos imediatos e estritamente comportamentais e centrada no processo de influência social inerente ao Fluxo de Comunicação em Dois Níveis, é substituída por uma conceção dos efeitos em termos cognitivos existentes “aos níveis do conhecimento social, do saber público partilhado e das formas de entendimento que as sociedades adquirem sobre si próprias e sobre o seu meio envolvente” (Ibidem). Robert Park havia referido que a função das notícias é “orientar o homem e a sociedade no mundo atual” (1940: 685) e é nesse sentido que falamos agora de efeitos a longo prazo processados dentro de um quadro subjectivo não mensurável nem quantificável.

Estes efeitos revelam-se poderosos por se aplicarem sobre cognições de carácter coletivo como o saber comum e a matriz cultural, definidas de forma gradual e capazes de pautar decisivamente a noção de realidade dos membros de determinada comunidade, nos parâmetros da definição de efeitos cognitivos estruturada por Eric Saperas (1987: 19):

“Conjunto das consequências da ação comunicativa, de carácter público e institucional, que incidem sobre as formas de conhecimento quotidiano (dos saberes publicamente partilhados) e que condicionam a maneira como os indivíduos percecionam e organizam o seu ambiente mais imediato, o seu conhecimento sobre o mundo e a orientação da sua atenção para determinados temas, assim como a

sua capacidade de discriminação referente aos conteúdos da comunicação de massas”

### 2.3 AS NOTÍCIAS COMO REALIDADE CONSTRUÍDA

A global aceitação da perspectiva cognitivista dos efeitos dos media conferiu um contributo decisivo para o reavivar da ideia da subjetividade como algo intrínseco ao processo da construção da notícia. Num ensaio intitulado “*The Influence and Effects of Mass Media*”, Denis McQuail é perentório em afirmar que as pessoas esperam que os meios de comunicação de massa lhes indiquem os contornos das mais variadas normas sociais e as expectativas futuras relativas a esferas tão variadas como a do trabalho, da vida familiar ou do comportamento político (McQuail, 1983 in Curran et al (org.): 81).

Esta aferição de McQuail tem subjacente a mensagem de que os meios de comunicação de massa filtram, trabalham e transformam a realidade que é posteriormente transmitida para o público em formato de notícia, uma tese que se enquadra na perfeição com o que Walter Lippmann já havia defendido em 1922 no seu famoso livro *Public Opinion*. Naquela que pode ser considerada a obra de referência desta conceção, Lippmann é claro em aferir que “notícias e verdade não são a mesma coisa e têm que ser claramente distinguidas” (2007[1922]: 273), acrescentando que as peças jornalísticas podem ser vistas como “retratos da realidade onde o homem pode atuar” (Ibidem).

O conceituado estudioso norte-americano invoca o seu próprio conhecimento de causa, adquirido no decorrer do exercício da sua atividade profissional, para defender que cada jornalista possui uma versão da realidade que é “apenas a sua versão” (Ibidem: 274) e que os próprios profissionais da informação têm consciência de que veem o mundo através de “lentes subjetivas” (Ibidem). Esta observação filtrada das ocorrências quotidianas dá origem à formação de um pseudo-ambiente que se interpõe entre os homens e o seu meio envolvente e que lhes é apresentado como sendo o real (Ibidem: 21).

Se olharmos para a teorização produzida em torno desta temática constatamos com facilidade que muitos são os autores que se apresentam seguidores da opinião de Lippmann. Robert Park classifica as notícias como a imagem de um “presente ilusório” (Park, 1940: 676), ao passo que a socióloga Gaye Tuchman mostra-se convicta de que “as notícias não espelham a sociedade” mas apenas “ajudam a construí-la como um fenómeno social partilhado” através de um processo de moldagem dos acontecimentos pelo qual se “impõem significações” para o público (2002 in Pissarra Esteves (org.): 92). Também Nelson Traquina no seu livro *O que é o Jornalismo* não hesita em classificar os jornalistas como “os contadores de estórias da sociedade moderna” (2002: 11) e em declarar, numa definição quase poética, que “o jornalismo são estórias, estórias da vida, estórias das estrelas, estórias do triunfo e da tragédia” (Ibidem: 10), estórias responsáveis pela edificação de uma “realidade construída e possuidora da sua validade interna” (Tuchman, 1993 in Traquina (org.): 262).

O entendimento das peças noticiosas como o relato da realidade “contada como se fosse uma telenovela” (Traquina, 2002: 10) conduz-nos de forma instantânea a uma questão que se revelou central no séc. XX para os estudiosos deste ramo: a objetividade. Entendida por muitos como a oposição da subjetividade, é plausível dizer-se que a problemática da objetividade começou a ganhar forma, ainda que sem a utilização precisa do termo, aquando do nascimento do “jornalismo de informação” no séc. XIX (Ibidem: 75). Por esta altura, a propaganda deu lugar aos factos e a Teoria do Espelho ganhou estatuto, centrada na ideia de que as notícias eram o espelho da realidade e que os jornalistas eram “simples mediadores que reproduziam o acontecimento em notícia” (Ibidem, 77). Como já foi visto nos parágrafos anteriores, este pensamento foi posto em causa poucas décadas mais tarde com o trabalho desenvolvido por Walter Lippmann, o que desencadeou um inovador debate em redor do termo da objetividade, vista “não como a negação da subjetividade mas sim como o reconhecimento da sua inevitabilidade” (Schudson, 1978 *apud* Traquina, 2002: 76).

Tal como explicam Bill Kovach e Tom Rosenstiel, na sua definição original “a objetividade aplicava-se ao método e não ao jornalista” na medida em que “a chave estava na disciplina do ofício e não no objeto” (2001: 77). Significa isto que perante o reconhecimento de que os jornalistas possuíam preconceitos que condicionavam a sua atividade (Ibidem: 75), tornou-se indispensável o estabelecimento de uma linha de procedimentos profissionais assentes numa “disciplina da verificação” capaz de dotar a informação da transparência e do rigor tão necessários à credibilização pública do jornalismo e à sua clara distinção de ramos como o entretenimento ou a ficção (Ibidem: 74).

É neste sentido que Gaye Tuchman aborda a objetividade como um “ritual estratégico”, uma espécie de código de conduta do jornalista através do qual ele se vê obrigado a aplicar à notícia um conjunto de “atributos formais” tais como “a apresentação de possibilidades conflituais”, “a apresentação de provas auxiliares”, “o uso judicioso das aspas” e “a estruturação da informação numa sequência apropriada” como forma de se proteger de possíveis críticas e eliminar ao máximo a subjetividade inerente ao seu trabalho (Tuchman, 1993 *in* Traquina (org.): 74-84), abrindo assim caminho para um correto e completo desempenho por parte do jornalismo das complexas funções sociais a que se propõe.

## **2.4 DO AGENDAMENTO AO ENQUADRAMENTO**

Muito embora a visão cognitivista dos efeitos tenha conseguido reunir uma considerável aceitação dentro da comunidade científica a partir da década de 70, nenhum paradigma neste campo da Sociologia da Comunicação teve a capacidade de causar um impacto tão imponente quanto aquele alcançado pela Teoria dos Efeitos Limitados na sua época de ouro (Arendt, 1968 *apud* Gitlin, 1978: 207). Por esta razão, o debate em torno do poder dos media, da sua tipologia e do seu grau e ângulo de

influência sobre os membros da audiência prolonga-se até aos dias de hoje sob a forma de diferentes investigações e teorizações que contribuíram para o enriquecimento progressivo deste ramo de pesquisa em Ciências Sociais.

Uma das principais hipóteses que conseguiu impor a sua pertinência neste campo foi a do *Agenda-Setting*, conceptualizada por McCombs e Shaw na linha do pensamento cognitivista durante a turbulência ideológica que se vivia por altura da queda do paradigma de Lazarsfeld. Aprofundando a problemática dos efeitos sob um perspectiva distinta das até aqui abordadas, a Teoria do Agendamento é referida pela primeira vez nestes termos no artigo “*The Agenda-Setting Function of the Mass Media*” publicado em 1972, onde são apresentados os resultados de um estudo de campo sobre a eleição presidencial norte-americana de 1968, e estruturada pelos autores em termos conceptuais mais aprofundados em 1978 em “*The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press*”.

Partindo da ideia chave de que tanto os media como o público têm as suas agendas próprias, compostas por um conjunto de temas ordenados hierarquicamente segundo a sua importância e relevância e situados no espaço temporal e sujeitos a alterações constantes, os autores defendem através dos resultados de um estudo empírico que a agenda dos media noticiosos tende a transferir-se em grande medida para a agenda do público. Por outras palavras, quer isto significar que o aumento da saliência de um tópico ou questão nos *mass media* provoca a saliência desse mesmo tópico ou questão na agenda dos membros do público (McCombs e Shaw, 1990 in Graber (org.): 79).

McCombs e Shaw centram-se exclusivamente na “habilidade dos media para influenciar a saliência e importância dos eventos na mente do público” (Ibidem: 75) e chegam a citar Bernard Cohen para defenderem que “os *mass media* podem não ser bem-sucedidos em nos dizerem como pensar, mas são extremamente bem-sucedidos em nos dizerem no que pensar” (1963, *apud* McCombs e Shaw, 1972: 177), mas volvidos mais de 20 anos de investigação relativa à temática do Agendamento acabam por superar a sua própria hipótese para irem um pouco mais além. No artigo “*The Evolution of the Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Market-Place of Ideas*” publicado em 1993 para o *Journal of Communication*, os dois estudiosos alertam para o facto de que “investigações recentes que têm explorado as consequências da marcação de agenda e do enquadramento dos media sugerem que os media não só nos dizem sobre o que pensar, mas também como pensar nisso e, consequentemente, o que pensar [sobre isso]” (1993: 65).

Navegamos neste ponto por um mar de efeitos em tudo distintos dos até aqui apresentados. Enveredamos por um campo em que o poder dos media já não se pode restringir à objetivação comportamentalista proposta por Lasswell e Lazarsfeld, mas também não se fica pelos contornos subjetivos e quase ambíguos de uma perspectiva cognitivista que exclui a possibilidade de avaliação ou mensuração concreta dos efeitos dos media. É face à permanente vontade das comunidades científica,

mediática e empresarial e também da generalidade da Opinião Pública de obterem resultados empíricos palpáveis relativos a esta temática dos efeitos dos media que surge a hipótese do *Agenda-Setting*, já que a suposta transposição de temas e assuntos da agenda mediática para a pública é passível de quantificação prática, e é também nesse sentido que ganha forma o já aqui de alguma forma subentendido conceito de Enquadramento.

Teorizada por Erwin Goffman no prisma da sua famosa expressão *frame analysis* (1986[1974]: 11), a temática do *Framing* é mais tarde explorada por Robert Entman. O conceituado académico norte-americano explicita que em termos práticos efetuar um enquadramento significa “selecionar alguns aspetos de uma realidade percecionada e torná-los mais salientes num texto comunicativo de maneira a promover uma definição particular do problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento” (1993: 52). Em direção semelhante, Mauro Porto acrescenta que a definição de Enquadramento consiste na transmissão de uma “ideia central e organizadora que configura a perceção do acontecimento, dando mais visibilidade relativa a uns elementos em detrimento de outros, sugerindo explicações causais e até avaliações normativas sobre o acontecimento relatado” (2004: 91).

Este é portanto um trabalho de seleção e de enfatização de uns aspetos em detrimento de outros relativamente a determinado acontecimento, em que o jornalista (consideremos neste contexto o jornalista como alguém que pauta toda a sua atividade pelas normas, valores e regras do órgão de comunicação em que trabalha) ganha o poder de contribuir para a determinação do ângulo sobre o qual a sua audiência vai olhar para o assunto em questão. Gera-se então uma influência sobre o modo como as pessoas vão pensar os acontecimentos, apesar de, tal como defende Castells, os enquadramentos mediáticos não possuírem a capacidade de definir irrevogavelmente as perceções e a conduta dos indivíduos (2009: 231).

Esta conceptualização teórica de Enquadramento, estruturada em exclusivo para o campo restrito do mundo jornalístico, encaminha-nos para o debate em torno das próprias características intrínsecas do principal referente comum a todas as teorias dos efeitos dos media até aqui apresentadas: a notícia. Retomando o raciocínio de Robert Entman (1993), o ato de enquadrar efetiva-se através de uma escolha do jornalista, que opta por abordar o acontecimento de terminada forma ao excluir ou relegar para segundo plano algumas incidências e destacando outras, construindo assim na sua notícia uma determinada perspetiva de perceção dessa mesma ocorrência que tenderá a transferir-se para os indivíduos que a leem, ouvem ou visualizam.

Tomando em consideração que “o enquadramento, enquanto ação eleita pelo emissor da mensagem, é algumas vezes deliberada, outras acidental e outras intuitiva” (Castells, 2009: 223) e excluindo desde já a discussão em torno da intencionalidade (ou ausência dela) comumente ligada a todo este processo, debate que por muito interessante que seja excede os propósitos da presente

dissertação, o que importa realçar e reter de todo o raciocínio até aqui apresentado é que a atividade jornalística é por natureza subjetiva em virtude da igual subjetividade do ser humano que a produz. Em idêntica medida, o produto final que segue para o público, a notícia, deve ser encarada como uma “imagem da realidade” (Soderlund e Schmitt, 1990 *in* Graber (org): 46) captada à luz dos “óculos” (Bourdieu, 1997: 12) dos profissionais da informação que dão a conhecer à sociedade aquilo que se passa no país e no mundo.

Chegamos neste ponto à raiz causal da problemática dos efeitos dos media, que está também na essência dos fatores que motivaram a realização dos inúmeros estudos levados a cabo ao longo de tantas décadas em torno das características da informação mediática: o facto de a verdade, no campo jornalístico, se constituir como algo “demasiado complicado para que possa ser objeto da nossa demanda ou talvez nem sequer exista, visto que somos todos indivíduos subjetivos” (Kovach e Rosenstiel, 2001: 40).

## **2.5 A ETERNA RELAÇÃO ENTRE JORNALISMO E DEMOCRACIA**

Depois de toda a reflexão acima apresentada, é relevante demonstrar que o poder do jornalismo não reside apenas na sua capacidade de influenciar a audiência a que se destina. Existe também uma componente mais abrangente de cariz estrutural que remete para a estreita relação estabelecida entre as características da informação mediática noticiosa e o funcionamento da sociedade em termos políticos.

Se formos diretos ao cerne da questão podemos afirmar que “a informação criou a democracia” (Rosenstiel, 1990 *apud* Kovach e Rosenstiel, 2001: 14) e que, conseqüentemente, “as sociedades que pretendam suprimir a liberdade têm primeiro que suprimir a Imprensa” (Kovach e Rosenstiel, 2001: 16). Como será de fácil compreensão, falamos aqui de uma Imprensa portadora de determinadas características na medida em que se olharmos para a realidade portuguesa, os meios de comunicação de massa já exerciam atividade durante o período do Estado Novo e nessa altura a liberdade de expressão não existia em virtude da aplicação da censura. Referimo-nos portanto a uma tipologia de informação que se reja pela independência, fiabilidade, rigor e abrangência, qualidades que se revelam imprescindíveis à manutenção de uma cultura democrática em qualquer sociedade (Ibidem: 8) e que se refletem no sistema político adotado pela mesma.

O triângulo composto pelos vértices do Poder, do Jornalismo e da Opinião Pública (Traquina, 2004: 67) pode ser desenhado sob diferentes perspetivas que apontam para ângulos antagónicos de abordagem da relação estabelecida entre estas três entidades, mas para sintetizar o importante papel do Jornalismo na manutenção do sistema político democrático parece suficiente expor o pensamento delineado por Thomas Patterson no seu artigo “*Doing Well and Doing Good*” (2000). Nas linhas da sua exposição, Patterson afirma que “a democracia não pode operar com eficiência sem uma Imprensa

livre que atue como cão-de-guarda e fonte de informação” (2000: 15), chegando desta forma, em escassas palavras, à essência da razão pela qual os meios de comunicação social desempenham um papel crucial na edificação na sustentação de um estado democrático.

O conceito de *watchdog*, sugerido por Carlyle através da aferição de que a Imprensa deve funcionar como guardião da democracia e defensora do interesse público (1974[1905] *apud* Zelizer, 2004 *apud* Serrano, 2006: 89) e explorado por Traquina como sendo a função dos jornalistas de controlar a atividade política e denunciar eventuais indícios de corrupção ou abusos de poder (Traquina, 2002: 12), é a pedra basilar que sustenta esta capacidade de controlo que o Jornalismo exerce sobre o regime democrático (Ibidem). A aplicação desta constante observação comportamental e ética das atividades desenvolvidas pelas entidades políticas consubstancia-se num mecanismo de vigilância permanente que visa equilibrar os três poderes do estado e aniquilar, precaver ou denunciar eventuais fugas à lei, desempenhando desta forma uma função preventiva que acaba por contribuir, em última instância, para o salvaguardar dos direitos fundamentais consagrados nas Constituições das sociedades democráticas.

A capacidade de exercício prático destas funções por parte do Jornalismo atribui-lhe um importante papel social e político e confere-lhe o estatuto de “quarto poder”, a par do executivo, do legislativo e do judicial há muito institucionalizados (Traquina, 2002: 31). A sua ação preventiva e fiscalizadora efetiva-se através de uma pressão invisível que atua ao nível da consciência das entidades governativas, incentivando a adoção de uma conduta correta por parte das mesmas em virtude da generalização do sentimento de receio de ser denunciado. A questão que se impõe no seguimento deste raciocínio é a de saber a quem cabe a tarefa de vigiar o vigilante, ou por outras palavras, quem tem a obrigação de controlar e avaliar a atividade exercida pelos próprios meios de comunicação social.

É neste sentido que se enquadram os estudos de investigação baseados na técnica de análise de conteúdo como aquele que nos propomos a desenvolver na presente dissertação. É deles a responsabilidade de avaliar as características da informação noticiosa veiculada pelos *mass media*, gerando instrumentos de cariz científico através dos quais se torna possível adquirir um conhecimento fundamentado sobre algo que, tal como fundamentado no decorrer no presente capítulo, desempenha um importante papel na manutenção do regime democrático, na forma como os indivíduos percecionam o seu meio envolvente e na imagem que os mesmos constroem das entidades políticas responsáveis pela governação do país.

## **2.6 O ESTUDO DAS COBERTURAS MEDIÁTICAS DE ASSUNTOS POLÍTICOS**

Os quatro primeiros subtópicos do presente enquadramento teórico extrapolaram com pormenor as principais conceções teóricas que fundamentam a pertinência da realização do estudo empírico que a presente dissertação se propõe a realizar, cuja estratificação e apresentação de resultados serão

discernidos com o devido rigor nos capítulos que se seguem.

Foram expostas em primeira instância as linhas definidoras das principais teorias dos efeitos dos media, desde a Teoria Hipodérmica de Lasswell até ao Modelo da Influência Pessoal de Lazarsfeld, passando pela Tese dos Efeitos Cognitivos defendida por Lippmann e Park e pela ideia de que “notícias e verdade não são a mesma coisa” (Lippmann, 2007[1922]: 273), viajando ainda pela problemática da objetividade, pelo *Agenda-Setting* de McCombs e Shaw e pela noção de Enquadramento desenvolvida por autores como Entman. Já no último dos referidos tópicos foi feita a ponte para a estreita conexão estabelecida entre os meios de comunicação de massa e a sustentação do regime democrático, uma relação sensível que não pode ser esquecida no âmbito de qualquer estudo centrado na análise do conteúdo mediático.

As investigações de campo na área da avaliação das características da cobertura noticiosa veiculada pelos *mass media*, principiadas com a obra *The People Choice. How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign* de Lazarsfeld et al. (1968[1944]), multiplicaram-se até aos dias de hoje por todo o mundo. Apesar de a generalização de resultados entre países e épocas históricas distintas não ser plausível pelas “importantes diferenças nos sistemas eleitorais, as estruturas partidárias, a cultura política e jornalística, os sistemas mediáticos e os modos de acesso dos partidos aos media” (Wilke e Reinemann, 2011 *apud* Serrano, 2006: 96), revela-se ainda assim fundamental para o restante desenvolvimento da presente dissertação apresentar de forma clara e sustentada um resumo dos estudos mais relevantes realizados até à data nesta área científica e estruturar sistematicamente os respetivos resultados.

Muito pelo facto de as campanhas eleitorais desfrutarem de uma vasta cobertura mediática e de um maior interesse popular pelo produto veiculado pelos media (McQuail, 1977 *apud* Wolf, 1985: 35), as investigações realizadas neste ramo das Ciências Sociais têm centrado na sua maioria o seu foco de análise nestes mesmos períodos de intensa atividade política e, embora exista já uma extensa gama de estudos deste género conduzidos nos Estados Unidos e também na Europa, é ainda difícil identificar um padrão de convergência nas conclusões registadas. Neste sentido, muitos investigadores tentam acentuar a existência de semelhanças estruturais nos resultados das investigações realizadas nas últimas décadas, apontando para a existência de uma cobertura tendencialmente mais interpretativa, menos factual e caracterizada por um crescente negativismo no tom das notícias (Serrano, 2006: 95), mas o facto é que alguns estudos apontam no sentido exatamente oposto.

Fazendo uso da sua vasta experiência como jornalista político na cobertura de eleições presidenciais norte-americanas desde 1968, David Nyhan afirmou num artigo intitulado “*Newspapers in Campaigns*” que a Imprensa é, na sua grande maioria, “tendenciosa, distorcida, injusta e hostil” para com os atores políticos (Nyhan, 1990 *in* Graber (org.): 173). Esta é uma afirmação que apesar de não ser sustentada por qualquer estudo de análise de conteúdo à informação jornalística produzida

pelos *mass media* vai ao encontro dos resultados de várias investigações que aplicaram essa metodologia, de que são exemplo as análises conduzidas pelos investigadores do instituto de proveniência norte-americana *Center for Media and Public Affairs* (CMPA)<sup>2</sup>.

Em atividade desde 1985, esta organização não-partidária já desenvolveu seis abrangentes estudos de análise de conteúdo relativos a um igual número de campanhas eleitorais norte-americanas, desde o confronto entre George H. W. Bush e Michael Dukakis em 1988 até ao duelo que opôs Barack Obama a John McCain decorrido no ano de 2008, utilizando sempre como categoria de análise o tom das peças jornalísticas face aos candidatos à presidência.

Tendo em consideração os noticiários televisivos das três semanas antecedentes ao dia da eleição, nestes trabalhos a avaliação é efetuada em separado para cada um dos dois concorrentes, identificando-se dessa forma a percentagem de boa imprensa e má imprensa que cada um dos dois candidatos obteve. Ainda assim, se analisarmos os resultados como um todo podemos extrair a conclusão de que o tom global da cobertura jornalística face a estes atores políticos foi sempre mais negativo do que positivo até ao ano de 2004, como é possível exemplificar pelos 65,5% e os 61,5% de cobertura negativa nas eleições de 1988 e 2000, respetivamente. Estas avaliações denotam também um crescente aumento da cobertura positiva (e conseqüente redução do negativismo) ao longo dos anos, tendência demonstrada pela oscilação entre os 34,5% de boa imprensa na eleição de 1988 para os 50,5% registados no confronto de 2008, o valor mais alto até agora assinalado pelos estudos do CMPA deste âmbito e que se traduz numa superiorização inédita do tom positivo ao tom negativo.

Recuando um pouco mais no tempo, Thomas Patterson expõe na sua obra *Out of Order* (1994) os resultados de um estudo em muito semelhante aos realizados pelo *Center for Media and Public Affairs* mas relativo às nove eleições presidenciais norte-americanas compreendidas entre 1960 e 1992. Restringindo-se a dois jornais e sem fazer separações valorativas entre candidatos, a investigação apontou para uma predominância clara das boas notícias nas cinco eleições disputadas nas décadas de 60 e 70, dando-se um revés no ato eleitoral de 1980 com uma ascensão da cobertura negativa para o patamar dos 58%, padrão que segundo os valores apresentados por Patterson se terá acentuado em 1988 e 1992 com as más notícias a ultrapassarem ligeiramente a fasquia dos 60% (Patterson, 1994: 20). Neste contexto, podemos falar de um crescimento acentuado do negativismo do tom no período 1960-1992 (Ibidem), uma ideia que o autor volta a reiterar mais tarde com base nos resultados de um inquérito realizado com o objetivo de averiguar o modo como as pessoas percecionam as notícias, no qual a amostra inquirida terá respondido numa proporção de 77% que as notícias são tendencialmente negativas (Patterson, 2000: 6).

---

<sup>2</sup> Todos os dados apresentados como referentes aos estudos desenvolvidos pelo *Center of Media and Public Affairs* podem ser conferidos nos endereços [http://www.cmpa.com/studies\\_election\\_08.htm](http://www.cmpa.com/studies_election_08.htm) (para as investigações relativas à eleição presidencial de 2008) e [http://www.cmpa.com/studies\\_election\\_pre.htm](http://www.cmpa.com/studies_election_pre.htm) (para as investigações relativas aos atos eleitorais de 1988, 1992, 1996, 2000 e 2004).

Numa investigação mais alargada, Fred T. Smoller avaliou o tom de 5500 notícias emitidas no noticiário da noite da *CBS News* entre os anos de 1968 e 1985 (1990 in Graber (org.): 219). Consumada a análise, os resultados globais apontaram neste caso para a superioridade do tom neutral, presente em 55% das notícias, seguido do negativo, que ascendeu aos 27%, e do positivo, com 18% (Ibidem: 220). A somar a estas conclusões, Smoller avaliou também as características da *directional press* através da determinação do *net tone*, número estimado através do cálculo da diferença entre os valores do tom positivo e do negativo, de onde aferiu que a percentagem de cobertura negativa superou a positiva entre os anos de 1978 e 1984 sem exceção, resultados que se opõem com clareza aos dos anos 1969, 1970 e 1971 (Ibidem: 221).

Os resultados dos estudos ao conteúdo veiculado pelos meios de comunicação estrangeiros, essencialmente de proveniência norte-americana, deixam no ar a ideia de que o tom da cobertura mediática varia consoante as características do ator político que é alvo de referências no conteúdo da notícia. Exemplo disso mesmo é o artigo “*El Salvador’s Civil War and the Press*”, onde se apresentam as conclusões de uma análise às notícias sobre tal conflito difundidas por um lado em países da América do Sul e por outro em nações da América do Norte, com vista à avaliação da imagem construída pelos media de cada um dos países sobre cada uma das entidades envolvidas na guerra (Soderlund e Schmitt, 1990 in Graber (org.): 46). A substancial divergência dos valores apresentados inviabiliza a construção de qualquer padrão geral de cobertura, o que tende a sustentar a importante tese de que a forma como a atividade política é retratada pelos *mass media* depende diretamente do contexto social e político, do período temporal em causa e da entidade a que a notícia se refere. Esta consideração fundamental remete-nos para a ideia já explorada de notícias como realidade construída, constituindo-se como algo a ter em consideração na avaliação de todos os resultados que se possam construir na generalidade deste campo de pesquisa e em particular àqueles relativos à presente investigação.

Pela Europa as investigações conduzidas nestes contornos são menos vastas, com Hans Mathias Kepplinger a assumir um papel de destaque na abordagem a estas questões. Entre a literatura produzida pelo autor neste contexto é de destacar o artigo “*The Declining Image of the German Political Elite*”, no qual Kepplinger aponta nos seus resultados para o domínio e o progressivo aumento do negativismo do tom na cobertura de assuntos políticos por parte dos órgãos de comunicação alemães entre os anos de 1951 e 1995 (2000 *apud* Serrano, 2006: 94).

Se mantivermos o foco no velho continente e viajarmos agora para Portugal, é pertinente citar quatro estudos fundamentais realizados neste âmbito. No primeiro, dotado do título *Jornalismo Político em Portugal – A Cobertura das Eleições Presidenciais na Imprensa e na Televisão (1976-2001)*, Estrela Serrano faz referência à superioridade do negativismo face aos outros tipos de tom invocando estudos de diversos autores (2006: 97-98), mas os resultados da análise de conteúdo desenvolvida por si própria apontam na direção aposta. A predominância em todas as eleições

analisadas do tom neutral sobre todos os outros fez-se notar, assim como a superação em número das peças com tom positivo face às portadoras de tom negativo em cinco dos sete períodos de campanha eleitoral analisados, contrabalançada por um ligeiro crescendo do tom negativo nos últimos três períodos de análise (2006: 353).

No mesmo sentido, Susana Salgado avaliou na sua dissertação de Doutoramento (posteriormente transposta para o formato de livro) o *bias* das peças jornalísticas relativas aos candidatos às eleições presidenciais nacionais de 2006 veiculadas por dois jornais diários, um jornal semanário e duas estações televisivas. Enviesamento na tradução para a língua portuguesa, o *bias* refere-se à existência ou ausência da parcialidade jornalística e é medido em função do potencial efeito que a notícia pode produzir para a candidatura em questão, sendo as peças jornalísticas classificadas como favoráveis, desfavoráveis ou neutras para o candidato (Salgado, 2010: 61). Nestes termos, os resultados estruturados por órgão de informação apontam para o predomínio de uma cobertura neutra em quatro dos cinco meios analisados (*Público*, *Diário de Notícias*, *RTP1* e *SIC*), sempre seguidos no segundo lugar pela cobertura de contornos negativos e relegando a abordagem positiva para o patamar mais baixo das três opções possíveis (Ibidem: 80). Em sentido inverso, a exceção dá-se com o semanário *Expresso*, onde a cobertura tende a ser na sua maioria positiva e acompanhada de perto pela neutralidade, com o negativismo a aparecer numa posição subsidiária (Ibidem).

Também no panorama nacional, o estudo *Telejornais em Exame* conduzido por Joel Silveira e Pamela Shoemaker também deixa algumas indicações relevantes neste prisma. A investigação centrou-se na análise aos noticiários televisivos transmitidos pelos quatro canais de sinal aberto durante seis semanas de 2002 segundo um amplo leque de variáveis, entre as quais marca presença a valência. Nas palavras dos autores, “a valência (...) indica o nível de valorização de uma notícia (...) [que] poderá ser apreendida como sendo negativa, neutra ou positiva” (Silveira e Shoemaker (orgs.), 2010: 75), com os respetivos resultados a serem estruturados separadamente por estação televisiva e por tipo de linguagem (verbal e visual).

Se considerarmos apenas a componente textual, a mais relevante na classificação do tom proposta na metodologia vigente na presente dissertação, a pesquisa de Silveira e Shoemaker indica que, no que concerne às estações *RTP1*, *SIC* e *TVI*, os itens noticiosos apresentados com uma valência negativa alcançam a fasquia dos 50% nos três canais, seguidos por aqueles cuja valência se revelou neutra, entre os 27 e os 29 pontos percentuais, e pelos outros considerados positivos, com números entre os 14% e os 18% (Ibidem: 76, 111,147). O predomínio da negatividade é atenuado apenas nos telejornais da *RTP2*, onde as percentagens de notícias com valência negativa, neutra e positiva se apresentam equilibradas, na casa dos 42%, 38% e 39%, respetivamente (Ibidem: 184), o que constitui uma prova de que é possível produzir conteúdo informativo dotado de índices equilibrados entre si de artigos negativos e positivos.

A última das investigações de âmbito nacional aqui citadas no presente contexto trata-se da Dissertação de Mestrado realizada por Vanda Calado em 2012 no ISCTE-IUL. Com o título *Cobertura Política de Congressos e Convenções Partidárias na Imprensa Portuguesa em Momentos Pré-eleitorais: Os Finais de Mandato de Cavaco Silva e António Guterres*, o trabalho avalia através da técnica de análise de conteúdo vários atributos da informação veiculada pela Imprensa nacional relativa a estes eventos particulares nos períodos de 1994/1995 e 2000/2001. Tendo como objetos de estudo os jornais *Diário de Notícias*, *Público*, *Expresso*, *Independente* e ainda a *Revista Expresso* e a *Visão*, entre as categorias definidas encontra-se o tom predominante, que visa aferir se cada notícia é benéfica ou prejudicial ao ator político em questão (Calado, 2012: 29) e cujos valores são apresentados para cada um dos meios de comunicação abordados.

Se nos restringirmos ao *DN* e ao *Público*, publicações diárias generalistas que pelas suas características se relacionam mais com a investigação que nos propomos desenvolver, os resultados apontam para uma cobertura maioritariamente positiva (Calado, 2012: 30), com o tom positivo a sobrepor-se ao negativo (quase sempre situado na segunda posição em termos percentuais) e ao equilibrado, “genericamente menos utilizado” que as outras opções (Ibidem). De realçar ainda uma redução temporal do tom positivo e conseqüente incremento do negativismo na cobertura do *Público*, sendo também de sobressaltar que todos estes dados podem ser influenciados pelo clima de euforia e apoio ou desagrado e contestação que normalmente se fazem sentir em acontecimentos como os comícios ou convenções partidárias aqui analisadas e que podem tender a reduzir os índices de tom neutro ou equilibrado.

### 3. A ANÁLISE DE CONTEÚDO

#### 3.1 OBJETIVOS DA INVESTIGAÇÃO

Com o intuito essencial de estruturar uma caracterização fundamentada e minuciosa da informação noticiosa produzida em Portugal que se possa constituir através dos seus resultados como um contributo adicional para os estudos já produzidos nesta área e neste país, foram constituídos quatro objetivos de investigação diretores da análise empírica a realizar. Dentro destes quatro propósitos é possível identificar uma distinção entre o primeiro, identificado com a letra a) e portador do estatuto de objetivo primordial e condutor do presente estudo por se relacionar diretamente com a problemática já abordada, e os restantes três, reconhecidos pelas marcas b), c) e d) e derivados deste primeiro, sendo considerados por esse motivo como objetivos subsidiários.

Definidos os contornos gerais pelos quais esta secção se define, é possível determinar o primeiro e principal objetivo do presente estudo empírico do seguinte modo: a) Avaliar o tom predominante nas notícias produzidas pelos três jornais diários de cariz generalista de maior tiragem nos períodos das campanhas eleitorais relativos às eleições legislativas nacionais de 2002, 2005 e 2009. Calculado através da técnica da análise de conteúdo a uma amostra de notícias produzidas pelos periódicos *Correio da Manhã*, *Jornal de Notícias* e *Público* com base numa categorização que oscila entre o predominantemente negativo, o neutro ou equilibrado e o predominantemente positivo, o tom das notícias será classificado em cada uma das peças jornalísticas em função da imagem ou perceção dos atores políticos que o conteúdo da notícia veicula para quem a lê. De acordo com o objetivo capital identificado, esta conceção permitirá a obtenção de resultados relativos à tendência verificada a nível global nos três períodos de análise, valores através dos quais será possível delinear o padrão geral que a cobertura mediática dos períodos de campanha eleitoral de eleições legislativas registou na primeira década do séc. XXI no que toca à categoria do tom predominante.

Identificado o propósito central da investigação, é então possível estruturar os três objetivos subsidiários, reconhecidos pelas letras b), c) e d) e aferidos a partir da segmentação dos valores obtidos na já mencionada avaliação do tom das peças jornalísticas. Desta forma, a descrição dos mesmos pode ser traduzida nos seguintes termos: b) Avaliar isoladamente os resultados de cada um dos três períodos de análise de forma a tornar possível compará-los entre si e identificar as semelhanças e diferenças de tom; c) Avaliar isoladamente os resultados de cada um dos três jornais selecionados para análise de forma a tornar possível compará-los entre si e identificar as semelhanças e diferenças de tom; d) Avaliar os resultados conjuntos dos sete primeiros dias das três campanhas eleitorais e confrontá-los com os resultados conjuntos dos últimos seis dias dos mesmos três períodos eleitorais, de forma a possibilitar a comparação do tom predominante na primeira metade das campanhas em relação à segunda metade das mesmas.

De acrescentar que em cada um dos quatro objetivos acima apresentados, a que correspondem respetivamente quatro secções fundamentais de hipóteses de investigação e de resultados empíricos, será também mensurado o *net tone*, tom líquido numa tradução literal para português, nos contornos da metodologia aplicada por Fred T. Smoller na sua investigação de 1986 já citada no corpo desta dissertação (1990 *in* Graber (org.): 220-221) e assente numa equação através da qual se calcula a diferença entre os valores do tom predominantemente positivo e do predominantemente negativo.

### **3.2 HIPÓTESES DE INVESTIGAÇÃO**

Como foi possível verificar no subcapítulo do enquadramento teórico relativo aos estudos já realizados em países como os Estados Unidos da América nesta área específica da avaliação do tom da cobertura mediática de assuntos políticos, é difícil encontrar um padrão de convergência entre eles que possa servir de base para a apresentação inequívoca das hipóteses de investigação. Os estudos desenvolvidos pelo *Center for Media and Public Affairs* aferiram a superioridade do tom negativo em todas as coberturas à exceção da decorrida em 2008, ao passo que Thomas Patterson apontou para o crescimento gradual do negativismo do tom entre os anos de 1960 e 1992, no que concerne à cobertura das eleições presidenciais norte-americanas (1994: 20).

Num período de análise coincidente e tendo também como cenário os EUA, Fred T. Smoller identificou a proeminência do tom neutral na cobertura realizada entre 1968 e 1985, registando ainda uma superioridade global do tom negativo sobre o positivo (Smoller, 1990 *in* Graber (org.): 220-221). Já noutros estudos como o de Walter C. Soderlund e Carmen Schmitt é possível verificar que o tom da cobertura tende a sofrer variações significativas consoante a relação estabelecida entre o tema abordado, as entidades políticas referenciadas e a nacionalidade do órgão de comunicação em causa (Soderlund e Schmitt, 1990 *in* Graber (org.): 46).

Nas investigações realizadas em Portugal o cenário é ligeiramente diferente na medida em que tanto Estrela Serrano como Susana Salgado destacam nas suas análises o predomínio da cobertura neutra ou equilibrada ao remeterem os tons positivo e negativo para segundo plano (Serrano, 2006; Salgado, 2010). Apesar dos estudos conduzidos em especial dos EUA apresentarem conclusões em grande medida diferentes destas últimas, o facto de as investigações de Serrano e Salgado serem referentes à realidade nacional e à dimensão concreta dos períodos eleitorais conferiu-lhes um peso superior na constituição formal das quatro hipóteses de investigação do presente trabalho, servindo de base empírica para a construção das mesmas.

Nestes termos, em consonância com os objetivos acima propostos, formulam-se nos seguintes parâmetros as hipóteses de investigação: a) Predominância global do tom neutro ou equilibrado na cobertura mediática realizada pela Imprensa das campanhas eleitorais relativas às eleições legislativas

da primeira década do século XXI (Serrano, 2006; Salgado, 2010), com superioridade do tom predominantemente negativo sobre o predominantemente positivo; b) Aumento do tom predominantemente negativo a nível temporal, de 2002 para 2009, face a uma redução do tom neutro ou equilibrado e a uma oscilação intermitente do tom predominantemente positivo (Serrano, 2006: 353); c) Maior presença do tom predominantemente negativo na cobertura efetuada pelo *Correio da Manhã* em relação aos outros dois jornais, em função dos contornos mais sensacionalistas que o tendem a aproximar de uma publicação do tipo tabloide (Barradas, 2012: 12, n2); d) Diminuição do tom predominantemente negativo e aumento do tom neutro ou equilibrado na cobertura dos últimos seis dias das campanhas eleitorais em comparação com os primeiros sete dias do mesmo período, em função de uma maior preocupação editorial em não favorecer um partido em detrimento de outro.

De referir a título adicional que, ao contrário das duas primeiras, as hipóteses c) e d) são formuladas sob contornos exploratórios com recurso a algumas leituras complementares e até ao próprio senso comum do autor da presente dissertação, pelo simples facto de não existirem dados específicos que as possam sustentar.

### 3.3 METODOLOGIA ADOTADA

Com o intuito de obter resultados empíricos que deem resposta aos objetivos acima propostos e que confirmem ou refutem as hipóteses de investigação, optou-se pela aplicação da técnica da análise de conteúdo, escolhida com a finalidade de “efectuar inferências, como base numa lógica explicitada, sobre mensagens cujas características foram [previamente] inventariadas e sistematizadas” (Vala, 2005 *in* Silva e Pinto (orgs.): 104). Perante a necessidade de se proceder a uma análise qualitativa individual de cada uma das peças jornalísticas, as notícias dos já referidos jornais constituem-se em si mesmas como as unidades de registo do estudo (Ibidem: 114), classificadas à luz do critério único do tom predominante, definido através de um sistema de categorização *à priori* (Ibidem: 111).

Seguindo o prisma de raciocínio até aqui delineado, o universo de observação definido para esta investigação abrange todas as notícias publicadas nos diários *Correio da Manhã*, *Jornal de Notícias* e *Público* nos 13 dias que constituem cada um dos três períodos de campanha eleitoral<sup>3</sup> respeitantes às eleições legislativas portuguesas dos anos de 2002, 2005 e 2009. Foi imposta a restrição de que apenas são consideradas para este efeito as notícias inseridas nas secções dos jornais

---

<sup>3</sup> Eleição legislativa de 2002 realizou-se a 17 de Março e a campanha eleitoral decorreu entre os dias 3 e 15 de Março, sendo os principais candidatos a Primeiro-Ministro Ferro Rodrigues (PS), Durão Barroso (PPD-PSD), Carlos Carvalhas (CDU) Paulo Portas (CDS-PP) e Francisco Louçã (BE). Eleição legislativa de 2005 decorreu no dia 20 de Fevereiro e a campanha eleitoral desenrolou-se entre 6 e 18 de Fevereiro, sendo os principais candidatos a Primeiro-Ministro Pedro Santana Lopes (PPD-PSD), José Sócrates (PS), Paulo Portas (CDS-PP), Jerónimo de Sousa (CDU) e Francisco Louçã (BE). Eleição legislativa de 2009 consumou-se no dia 27 de Setembro e a campanha eleitoral entre 13 e 25 de Setembro. Os principais candidatos foram José Sócrates (PS), Manuela Ferreira Leite (PPD-PSD), Jerónimo de Sousa (CDU), Paulo Portas (CDS-PP) e Francisco Louçã (BE).

devidamente identificadas através de um símbolo ou expressão específicos como sendo dedicadas em exclusivo ao ato eleitoral, ao que ainda se excluem artigos de opinião, editoriais, cartas de leitores e *cartoons*.

Seguindo estes critérios de seleção, conta-se um total de 117 edições em papel publicadas pelo conjunto dos três jornais nos 39 dias de análise, nas quais foi possível identificar através da elaboração de uma listagem exaustiva um universo de 2418 notícias. Para constituição desta lista foram consideradas todos os artigos portadores de um título próprio e possuidores de um mínimo de quatro linhas de texto, sendo importante considerar ainda três notas criadas com o intuito de eliminar dúvidas que foram surgindo na identificação das notícias: a) caso um artigo ocupe mais que uma página ele é ainda assim considerado como um só; b) subtítulos inseridos no corpo de uma notícia principal não são classificados separadamente; c) conjuntos de artigos interligados graficamente e portadores de um único título comum são considerados como uma única notícia e classificados como tal.

Partindo dos 2418 artigos jornalísticos identificados na referida lista pelos respetivos títulos e separados segundo a data de publicação e o jornal em que foram publicados, constituiu-se através do programa informático presente em <http://www.random.org/integer-sets/> uma amostra aleatória de 585 notícias para análise, número que satisfaz por larga margem os critérios de amostragem propostos por Paul Leedy segundo os quais para um universo de 2600 notícias se justifica a formação de uma amostra de 335 (1997: 211) e que se traduz numa seleção de cinco peças jornalísticas por dia e por jornal para classificação. Desta forma, serão avaliadas cinco notícias de cada uma das 39 edições de cada um dos jornais<sup>4</sup>, o que garante a definição de uma amostra equitativa no que toca à distribuição pelos três jornais e pelos 39 dias de análise considerados, condição indispensável para a edificação da validade dos resultados posteriormente apresentados.

### 3.4 CATEGORIZAÇÃO: O TOM

A fundamentação de um estudo centrado na técnica da análise de conteúdo para ser efetivada tem que conter a apresentação sucinta e pormenorizada do manual de código (ou *codebook*) a utilizar, onde são definidas as categorias e subcategorias de análise e respetivos critérios de classificação segundo os quais as unidades de registo, neste caso as 585 notícias que compõem a amostra, são qualificadas. Perante os objetivos já identificados, o *codebook* da presente investigação é constituído pela categoria única de análise do tom predominante no conteúdo de cada peça jornalística sujeita a classificação, sendo a definição deste critério baseada em primeira instância na noção utilizada pelo *Center for Public and Media Affairs* em estudos semelhantes: “a avaliação [do tom] inclui julgamentos de

---

<sup>4</sup> A edição de 27 de Setembro de 2009 do jornal *Público* continha apenas quatro notícias capazes de satisfazer os critérios de seleção apresentados. Para compensar a falta, foi acrescentado ao dia seguinte de análise (28 de Setembro) um artigo extra para avaliação, que passou a ser o único a conter seis notícias classificadas.

prestação, de posições, de personalidade, de comportamentos, de habilidade etc dos candidatos, mas não o seu posicionamento ou perspectivas futuras relativas à corrida eleitoral, que são avaliadas separadamente”<sup>5</sup>.

Apesar de esta definição servir como suporte teórico para a categorização vigente no presente estudo, existem ainda assim algumas considerações estruturais que carecem de identificação. Primeiramente, é relevante destacar que a classificação do tom predominante na notícia será avaliada em função não apenas do corpo de texto da mesma mas tendo também em consideração eventuais fotografias, imagens, tabelas, gráficos e respetivas legendas que o possam acompanhar. Em segundo lugar, é de mencionar que a expressão “etc” presente na definição supracitada não consta na outra construída para a presente investigação, como forma de reduzir ao máximo a subjetividade da categoria e torná-la o mais precisa possível. Por último, para que fiquem clarificadas as entidades sobre as quais o tom sujeito a avaliação tem que ser referente, é fundamental explicitar a expressão “candidatos” é substituída neste contexto pelo conceito de ator político.

Neste contexto, é fulcral aferir que por atores políticos se entendem: a) Todas as personalidades portadoras de um cargo político (ex.: Ministros, Secretários de Estado, deputados e autarcas) e respetivos porta-vozes, membros de gabinete e assessores; b) Personalidades com afiliações partidárias declaradas (ex.: ex-políticos e membros de partidos políticos sem representação parlamentar); c) Organizações ou instituições governamentais ou de cariz público vistas como um todo (Governo, Ministérios, departamentos, partidos políticos, instituições diretamente controladas por entidades governamentais como sendo o Serviço Nacional de Saúde, a Segurança Social ou as Forças Armadas). De referir também que todos estes atores podem ser sujeitos ou objetos da ação relatada e não necessitam necessariamente de agir para serem considerados como tal. A sua presença pode ser verificada apenas como alvo de determinada ação, quando por exemplo são elogiados, atacados ou criticados por alguém.

Discernidos todos estes pormenores de superior importância para o esclarecimento da categorização aplicada no processo de análise de conteúdo, é então possível definir a categoria do tom predominante nos seguintes contornos: a avaliação do tom predominante da notícia é medida através de referências ou alusões mais evidentes ou mais subtis existentes no corpo do texto (e/ou em eventuais fotografias, imagens, tabelas, gráficos e respetivas legendas que o possam acompanhar) que remetam para julgamentos de prestação, de posição, de competência, de capacidade, de personalidade, de carácter, de comportamento, de habilidade e/ou de honestidade dos atores políticos em questão.

Posto isto, no ato de classificação o codificador deve guiar a sua avaliação com o intuito de dar resposta às seguintes questões fundamentais: “Qual é o tom global da notícia? O conteúdo da

---

<sup>5</sup> Definição constante na página 3 do estudo relativo ao tom da cobertura noticiosa das eleições primárias norte-americanas de 2004. Disponível em: [http://www.cmpa.com/files/media\\_monitor/04marapr.pdf](http://www.cmpa.com/files/media_monitor/04marapr.pdf).

mesma proporciona ao leitor uma imagem positiva, negativa ou equilibrada ou neutra da esfera política e/ou seus atores, performance, atitudes, ideologias ou posições?” (Lengauer et al., 2011: 179). Para responder a estas perguntas, o codificador deve apurar se a notícia é reportada segundo um ângulo favorável, desfavorável ou neutro ou ambivalente (Patterson, 2000: 25-26) face aos atores políticos abordados, avaliando a impressão global com que fica, enquanto leitor, das entidades públicas intervenientes na notícia e, conseqüentemente, da classe política em geral e da atividade por ela desenvolvida. Perante tais critérios, cabe ao codificador atribuir um valor a cada notícia de acordo com a tipologia de classificação proposta por Lengauer et al. (2011: 195-7), onde são apontadas as três subcategorias simultaneamente antagónicas e concorrentes entre si<sup>6</sup>:

-1 = Tom predominantemente negativo

0 = Tom equilibrado ou neutro

+1 = Tom predominantemente positivo

Para que esta classificação possa ser concretizada, o codificador deve ter em conta uma lista de indicadores relativos à performance do ator político, à percepção ou imagem que a opinião pública tem do mesmo e às especulações relativas ao futuro que surjam referidas na notícia. Assim, torna-se pertinente identificar a seguinte pormenorização, também baseada nas instruções apontadas por Lengauer et al. para estudos sobre a avaliação do nível de negatividade presente no tom da cobertura mediática de assuntos políticos (2011: 195-7) e que se traduzem na definição das três subcategorias de análise supracitadas<sup>7</sup>: a) Peças jornalísticas possuidoras de tom predominantemente negativo incluem referências ao falhanço político, fiasco, desastre, crise, frustração, colapso, negligência, contradição, omissão, mentira, desonestidade, decadência da imagem, derrota, corrupção, incompetência, incapacidade, imoralidade, falta de ética, revolta pública, rejeição pública, deterioração das condições sociais como resultado das políticas adotadas, cinismo, desconfiança, desapontamento, pessimismo quanto ao futuro, expectativas negativas ou falta de esperança (por exemplo uma notícia em que o líder de um partido político acusa o seu rival de não ter cumprido as suas promessas ou outra em que se aborda um possível caso de corrupção envolvendo atores políticos); b) Peças jornalísticas possuidoras de tom predominantemente positivo incluem referências ao sucesso político, solução de problemas, conquistas, prosperidade, melhoria das condições sociais, desenvolvimento, sustentabilidade, entusiasmo, verdade, honestidade, benefício, persistência, vitória, competência, capacidade, moralidade, aceitação pública, agradecimento, apoio popular, otimismo em relação ao

---

<sup>6</sup> O ato de codificação é consumado através do preenchimento individual de uma folha de código (ou *codesheet*) para cada uma das notícias componentes da amostra definida, que facilitou a organização dos resultados e evitou eventuais perdas de dados. A constituição da *codesheet* encontra-se presente no Anexo A.

<sup>7</sup> O ato de classificação das notícias por parte do codificador exige uma ponderação justa dos indícios de tom positivo ou de tom negativo, sendo que a inclusão da palavra “predominantemente” justifica-se pela intenção imperiosa de seleccionar o tom (positivo ou negativo) que sobressai e se demonstra mais presente em relação ao seu oposto.

futuro, expectativas positivas e esperança (por exemplo uma peça jornalística em que sejam citados cidadãos a elogiar o carácter de determinado político ou a obra por ele efetuada); c) Peças jornalísticas possuidoras de tom neutro ou equilibrado devem ser classificadas como tal se o conteúdo da notícia não contiver alusões ou referências passíveis de serem enquadradas nos indicadores acima identificados ou se existir um equilíbrio ( $\cong 50\%$ ) entre as referências positivas e as negativas (casos de notícias curtas e concisas ou de outras baseadas apenas na explicitação sucinta das posições dos partidos políticos relativamente a determinada assunto relativo à governação).

De referir ainda que para efeitos de classificação contam em igual medida o conteúdo das palavras do jornalista, que podem incluir ou não juízos de valor, adjetivações de qualidades ou defeitos dos atores políticos ou críticas ou elogios à performance dos mesmos, e as citações invocadas em discurso direto, já que a seleção das fontes pode ocasionar a transmissão de determinado ponto de vista sobre o assunto (Kovach e Rosenstiel, 2001: 77), assim como o teor do próprio assunto abordado na notícia, na medida em que a “codificação negativa ou positiva não tem que refletir necessariamente uma posição dos media a favor ou contra as ações ou objetivos de determinado ator, mas pode [simplesmente] indicar uma situação factual que ainda assim favoreça ou desfavoreça o ator em questão” (Soderlund e Schmitt, 1990 *in* Graber (org.): 53, n3).

### **3.5. O CONTEXTO POLÍTICO DAS ELEIÇÕES E OUTRAS CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS**

Ainda antes de passarmos para a exposição dos resultados empíricos é fulcral identificar algumas limitações metodológicas relativas ao panorama em que toda a análise se realizou. Todos os valores devem ser considerados no contexto destas condicionantes que, apesar de não colocarem em causa a validade científica das conclusões, se apresentam como algo intrínseco à realidade em que se insere o objeto de análise alvo de classificação e, por esse motivo, devem ser tomadas em consideração.

Começando pela definição do quadro global em que cada uma das eleições se realizou, é necessário antes de mais ter conta que “os padrões de longo prazo da cobertura jornalística não podem ser explicitados sem referência às circunstâncias políticas em que decorrem as eleições e às características individuais dos candidatos” (Smetko et al., 1991; Smetko, 1996; Esser et al., 2000 *apud* Serrano, 2006: 95). É este o motivo que sustenta a necessidade de fazer referência ao panorama político em que as três eleições referenciadas e respetivas campanhas eleitorais decorreram e que obrigatoriamente influenciou o tom da cobertura noticiosos produzida pelos media relativamente a esses períodos.

Posto isto, parece então sensato começar por aferir que a eleição de 2002 decorreu num clima de incerteza depois de António Guterres se ter demitido inesperadamente do cargo de Primeiro-Ministro em Dezembro de 2001, após a pesada derrota do PS nas eleições autárquicas. A campanha

eleitoral foi marcada por ataques mútuos entre os candidatos, com especial destaque para as acusações de falta de competência e honestidade entre Durão Barroso (PPD-PSD) e Ferro Rodrigues (PS). Os episódios da polémica das Antas, em que o Presidente do F.C. Porto Pinto da Costa ameaçou o poder político de parar as obras no estádio, e dos apoios declarados do Presidente do S.L. Benfica Manuel Vilarinho ao Partido Social Democrata e do seu homólogo do Sporting C.P. Dias da Cunha ao Partido Socialista suscitaram amplas críticas e enegreceram a cobertura noticiosa da campanha eleitoral.

O ato eleitoral de 2005 desenrolou-se também na sequência de circunstâncias atípicas. O Governo de Pedro Santana Lopes, Primeiro-Ministro indigitado depois da saída de Durão Barroso para a Presidência da Comissão Europeia, cai pelas mãos do Presidente da República Jorge Sampaio após poucos meses de atividade. A campanha eleitoral decorre sob a batuta das acusações constantes por parte da oposição da alegada fuga de Durão Barroso e consequente descredibilização de Santana Lopes, o agora candidato que não parecia reunir o apoio consensual no seio do seu próprio partido. Num tom acusatório sempre muito acentuado, a expressão “campanha suja” foi proferida pelos próprios atores políticos diversas vezes, sendo que o início do Caso Freeport (com José Sócrates como figura central), os variados ataques de Santana Lopes à conduta da Comunicação Social e a morte da Irmã Lúcia (que gerou uma onda de acusações de “oportunismo político” pelo facto de PS, PSD e CDS terem cancelado ou atenuado as suas ações de campanha) se apresentaram como os casos mais relevantes do período que antecedeu a votação.

A eleição legislativa de 2009 realizou-se num contexto diferente das duas que a precederam. Eleito em 2005 com maioria absoluta e depois de cumprir a totalidade do mandato, o PS liderado por José Sócrates teve por esta altura a oposição do PSD de Manuela Ferreira Leite. Pouco tempo depois da tão falada explosão da crise económica global e já com a possibilidade de resgate financeiro a ser muito falada, esta foi uma campanha onde as críticas entre candidatos se centraram mais ao nível da performance política. As baladas questões do TGV e da “asfixia democrática” fizeram correr muita tinta, assim como as acusações de existência de coligações partidárias ocultas pré-determinadas e a alegada presença de um sentimento de medo generalizado na população. Tal como se verificou nos atos eleitorais de 2002 e 2005, também esta última eleição legislativa da primeira década do séc. XXI foi antecedida por uma atitude crispada e dura da generalidade dos atores políticos face aos seus adversários, com a utilização de palavras muitas vezes insultuosas e constantes insinuações de incompetência e falta de honestidade.

A segunda das três condicionantes definidas parte do princípio de que os meios de comunicação de massa são altamente diversificados ao nível dos conteúdos (McQuail, 1983 *in* Curran et al. (org.): 70), pelo que qualquer tipo de efeito subjacente à cobertura mediática de assuntos políticos “resulta sempre de um conjunto de diferentes fontes e não de um meio isoladamente” (Noelle-Neumann, 2002 *in* Pissarra Esteves (org.): 152). A seleção para análise dos três jornais generalistas de maior tiragem em Portugal permite satisfazer esta necessidade de pluralidade e edificar

um padrão geral da cobertura mediática ao nível dos periódicos diários nacionais, sendo ainda assim fundamental distingui-los de meios de comunicação de massa de outros tipos, tais como os televisivos ou os radiofónicos, que, pelas suas diferenças estruturais para com a Imprensa, poderão possuir resultados diferentes daqueles aqui apresentados no que toca à avaliação do tom predominante.

Por último, é de maior importância destacar que todos os resultados formulados através da classificação das notícias pelo método da análise de conteúdo estão sempre sujeitos à subjetividade de avaliação do codificador. Com o intuito de dotar as conclusões da maior fiabilidade possível, esta mesma subjetividade foi reduzida ao limite máximo pela definição, delimitação e pormenorização da categoria do tom e respetivas subcategorias, processo que atribuiu aos critérios de codificação a transparência e assertividade tão necessários a estudos deste género, mas a própria natureza da interpretativa inerente à investigação empírica aqui proposta torna obrigatória a exposição desta anotação na presente conjectura de análise.

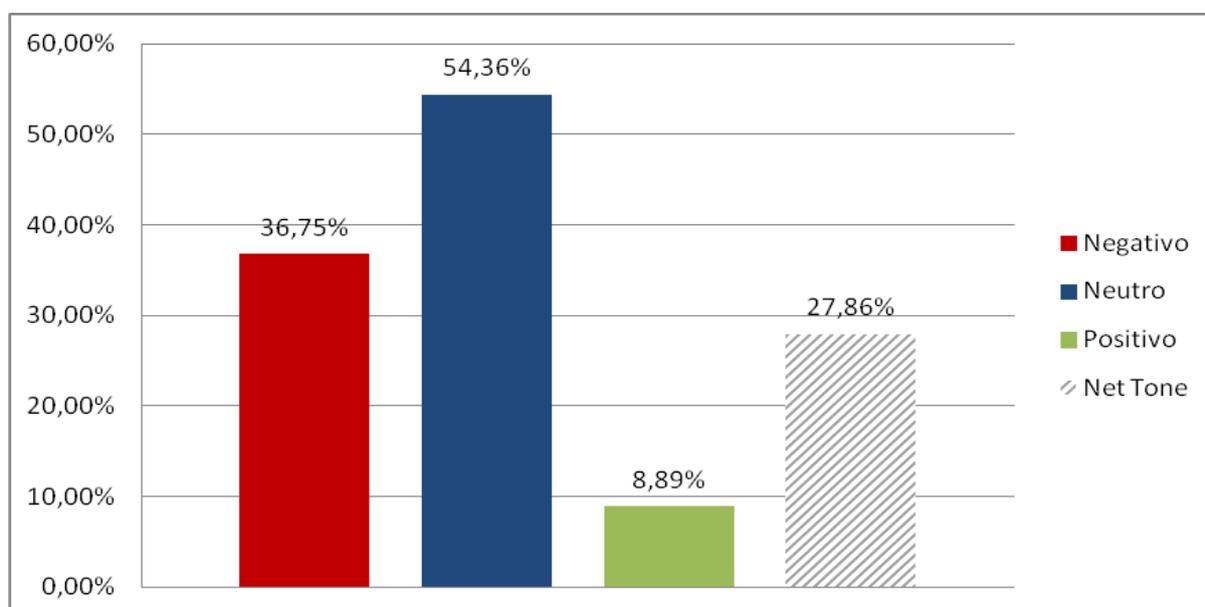
#### **4. RESULTADOS**

Explicitados os objetivos da investigação, o enquadramento teórico que serve de base para a perceção do estudo no contexto da teorização e pesquisa já realizados nesta área e a metodologia adotada para a análise de conteúdo às peças jornalísticas, é chegada a altura de apresentar os resultados empíricos obtidos através da avaliação concreta da categoria do tom das notícias dos jornais selecionados. É este o ponto central de toda a investigação na medida em que os dados seguidamente expostos constituem em si mesmos a grande contribuição que o presente estudo pode fornecer para o desenvolvimento desta área das Ciências Sociais.

Tendo sempre em perspetiva os pressupostos acima expostos e partindo dos quatro objetivos de investigação estratificados o capítulo da metodologia adotada, é agora possível passar à estruturação concreta dos resultados da investigação obtidos através de um processo de análise de conteúdo a 585 notícias que demorou cerca de 17 dias a ser concluído, num total aproximado de 100 horas de trabalho

No que diz respeito à identificação do tom predominante das peças jornalísticas a nível global (no conjunto dos três períodos de campanha eleitoral e dos três jornais avaliados) e tendo por referência valores arredondados à unidade, destaca-se a superioridade clara do tom neutro ou equilibrado, verificado em 54% das notícias. Tal como é possível conferir na Figura 4.1, o tom predominantemente negativo surge na segunda posição do pódio com um total de 37% de ocorrências, relegando para último lugar o tom predominantemente positivo, presente apenas em 9% das peças jornalísticas.

Significa isto que o tom predominante da cobertura noticiosa realizada pela Imprensa diária generalista nacional no que concerne aos períodos de campanha eleitoral das eleições legislativas de 2002, 2005 e 2009 foi, na sua grande maioria e numa escala de 54% dos casos, neutro ou equilibrado, números que confirmam a primeira hipótese de investigação acima sugerida e que representam a tendência registada na primeira década do séc. XXI. No que concerne ao *net tone*, mensurado no contexto do estudo aqui conduzido sempre em termos percentuais positivos, de destacar o fosso de 28 pontos percentuais presente entre os 9% de peças jornalísticas onde o tom predominantemente positivo se verifica e os 37% de ocorrências registadas com o tom predominantemente negativo. Apesar de ser também resultante da própria atividade desenvolvida pelos atores políticos, este visível desequilíbrio constitui-se em certa medida como um sintoma da não adoção de um grau adequado de imparcialidade jornalística, tal como presumido no primeiro código deontológico da profissão desenhado em meados do séc. XIX (Traquina, 2002: 20).

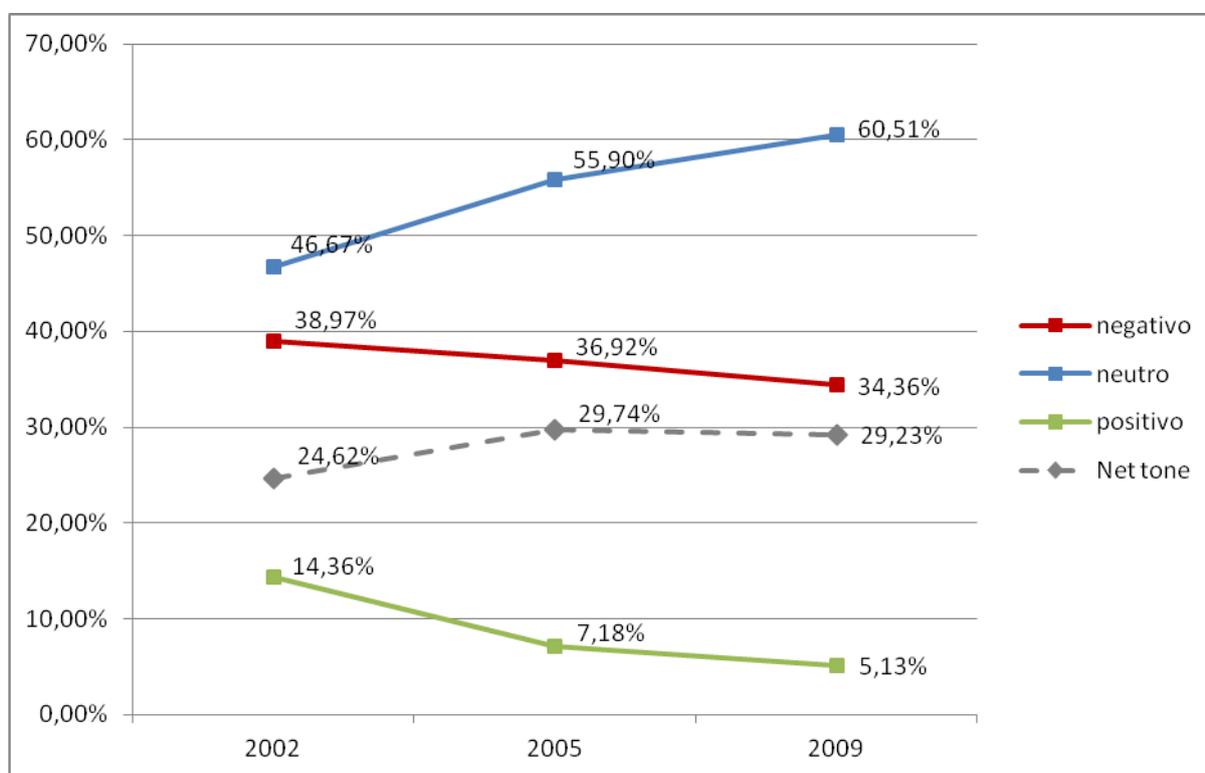


**Figura 4.1 - O tom predominante da cobertura noticiosa realizada pela Imprensa diária nacional das campanhas eleitorais relativas às eleições legislativas de 2002, 2005 e 2009, avaliado em termos globais.**

No que concerne à avaliação temporal que visa comparar os três períodos de análise, consonantes com as campanhas eleitorais dos atos eleitorais identificados, é de assinalar em primeiro lugar o facto de o tom neutro ou equilibrado ser dominante em todos os casos, alcançando 47% das ocorrências em 2002, 56% em 2005 e 61% em 2009. Esta progressiva ascensão a nível temporal do tom neutro ou equilibrado, numa escala de 14 pontos percentuais entre 2002 e 2009, foi acompanhada em sentido inverso pela ligeira diminuição de 5% do tom predominante negativo decorrida no mesmo período, que variou dos 39% das notícias assinaladas em 2002, para 37% em 2005 e 34% em 2009. Já no que diz respeito ao tom predominantemente positivo, o menos existente em número nos três períodos eleitorais, é de assinalar a redução para metade da percentagem entre 2002 e 2005 (de 14%

para 7%, respetivamente), ao que se seguiu um valor de 5% respeitante à cobertura da campanha eleitoral de 2009. De referir também neste ponto que o *net tone* subiu de 25 pontos percentuais em 2002 para 30 em 2005 muito em virtude da drástica redução do tom predominantemente positivo já apontada, uma variação que acentuou a diferença do mesmo para com o tom predominantemente negativo e que se manteve razoavelmente inalterada no ano de 2009, fixando-se na casa dos 29%.

Estes dados, ilustrados na Figura 4.2, refutam a respetiva hipótese de investigação anteriormente identificada, na medida em que os resultados extrapolados apontam para um aumento gradual da cobertura jornalística portadora de um tom neutro ou equilibrado, a par de uma ligeira diminuição percentual da subcategoria do tom predominantemente negativo e de uma considerável redução, também a nível temporal, do tom predominantemente positivo, que perdeu quase dois terços do seu peso da cobertura de 2002 para a de 2009.

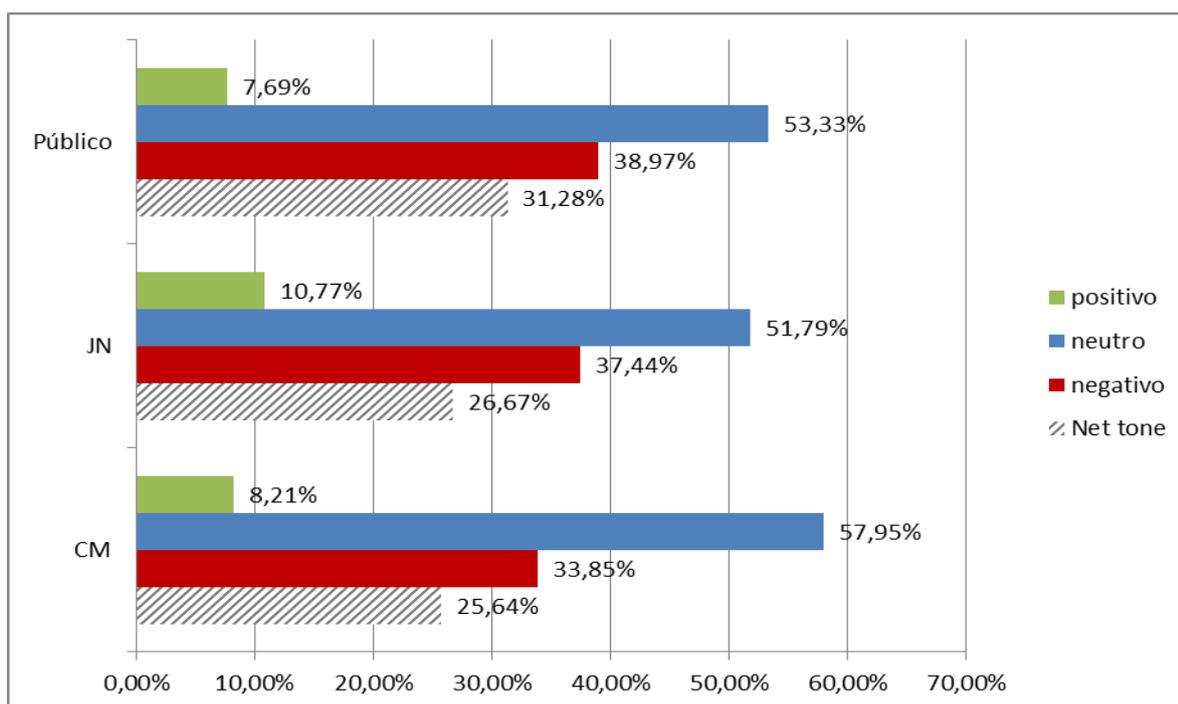


**Figura 4.2 - O tom predominante da cobertura noticiosa realizada pela Imprensa diária nacional das campanhas eleitorais relativas às eleições legislativas de 2002, 2005 e 2009, com valores separados por anos.**

Passando agora para o objetivo de investigação que visa considerar os valores em função do órgão de comunicação, os resultados revelaram-se menos divergentes do que o previsto. Tal como constante na Figura 4.3 e em oposição total à hipótese edificada neste contexto, o *Correio da Manhã* foi o periódico que registou o maior índice de notícias possuidoras de tom neutro ou equilibrado, na casa dos 58% e com isso superior à média global, ao passo que o *Jornal de Notícias* e o *Público* obtiveram classificações muito semelhantes entre si nesta subcategoria, com 52% e 53%,

respetivamente. Na direção oposta, com 39% de casos o *Público* foi o jornal onde o negativismo da cobertura se mostrou mais acentuado, seguido de perto pelo *Jornal de Notícias* com 37% e pelos 34% registados pelo *Correio da Manhã*, tendo este último abarcado a menor quantidade de artigos jornalísticos cujo tom se revelou predominantemente negativo. Acrescentar ainda que o *Jornal de Notícias* foi o diário onde o tom predominantemente positivo teve maior destaque com uma proporção de 11%, sendo que tanto o *Correio da Manhã* como o *Jornal de Notícias* resumiram a sua quantidade de notícias positivas à escala dos 8 pontos percentuais.

Reunindo os dados estruturados neste prisma, conclui-se que o *Correio da Manhã*, apesar de ser o jornal mais enquadrado pelas suas características na tipologia de tabloide (Barradas, 2012: 12, n2), foi aquele que na cobertura das três eleições legislativas decorridas na primeira década do séc. XXI apresentou uma maior presença de notícias portadoras de um tom neutro ou equilibrado. Também em diferendo com a hipótese de investigação apresentada, o *Público*, periódico mais consonante com a noção de imprensa de elite (Ibidem), foi aquele que ostentou o mais elevado índice de negativismo nos seus artigos e, em consequência, o maior valor do *net tone*, situado na ordem dos 31% em comparação com os 26% apresentados pelos seus dois concorrentes.



**Figura 4.3 - O tom predominante da cobertura noticiosa realizada pela Imprensa diária nacional das campanhas eleitorais relativas às eleições legislativas de 2002, 2005 e 2009, com valores separados por jornal.**

O último dos quatro objetivos de investigação definidos foi também averiguado nesta secção e os resultados remeteram mais uma vez para a refutação da respetiva hipótese anteriormente apresentada, assente na ideia de que o tom da cobertura mediática tenderia a ser mais negativo na primeira semana das campanhas eleitorais quando comparado com os últimos seis dias das mesmas,

nos quais o negativismo tenderia a diminuir em prol do crescendo do tom neutro ou equilibrado.

A comparação dos valores relativos aos primeiros sete dias das campanhas eleitorais com os dados referentes aos últimos seis dias do análogo período não trouxe à luz qualquer diferença em termos de cobertura, sendo que as percentagens das três subcategorias de classificação se revelaram iguais nos dois casos e equivalentes, simultaneamente, ao total global já anunciado na Figura 4.1 de 54 pontos percentuais de tom neutro ou equilibrado, 37 de tom predominantemente negativo e 9 de tom predominantemente positivo, com o *net tone* a situar-se no patamar dos 28%. Ao contrário do esperado, é portanto de concluir neste ponto que as três campanhas eleitorais seleccionadas foram alvo de uma cobertura uniforme quanto ao tom adotado desde o seu primeiro até ao seu décimo terceiro dia, não sendo de registar qualquer variação do tom subjacente à comparação dos resultados dos primeiros sete dias das campanhas em causa com os dos últimos seis dias das mesmas.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A compreensão da época em que estamos inseridos só pode ser alcançada tendo em consideração a abissal evolução tecnológica que tem acompanhado as últimas gerações da história da humanidade. A capacidade do Homem para inovar e criar de raiz o inexistente tem-lhe aberto as portas para novos horizontes, para novas realidades constantes em novos mundos até então nunca imaginados. A produção de tão vastas novidades abrange os mais variados campos da atividade humana e proporciona aos seus intervenientes, os cidadãos, e a todas as instituições por eles criadas um universo de novas oportunidades pronto a ser explorado sob os mais diversos propósitos e capaz de se traduzir em inúmeras vantagens para o desenvolvimento do conhecimento científico (Sousa Franco, 2008: 189).

O desenvolvimento e generalização da Internet e de todas as ferramentas que ela trouxe consigo deram origem a uma descentralização da veiculação da informação noticiosa, que deixou de estar encarcerada dentro dos portões da figura do *gatekeeper* presente nos órgãos de comunicação tradicionais (Traquina, 2002: 77-79). O controlo do fluxo informacional tornou-se difícil de ser consumado com eficiência em função da propagação das redes sociais, constituintes de uma Sociedade em Rede (Castells, 2002: 605-615) onde o conteúdo informativo brota a cada canto da esfera virtual e pode ser produzido e recebido por todos os utilizadores que a compõem. A “ânsia pelas notícias” (Kovach & Rosenstiel, 2001: 19) continua a ser um traço característico do ser humano e entidades tão seculares como os *mass media* tradicionais e as instituições políticas têm vindo a focalizar esforços no sentido de poderem continuar a satisfazer os seus desígnios no contexto das progressivas alterações tecnológicas que a sociedade tem vindo a conhecer.

No que concerne aos meios de comunicação de massa, o seu objetivo primordial define-se com relativa simplicidade e passa por, no seguimento daquilo que já defendia Walter Lippmann, captar a atenção do leitor (2007[1922]: 269). Na verdade, parece sensato concordar com a ideia de que o conteúdo noticioso só ganha sentido de existência no momento em que é consumido pelo público e é face a tão imperiosa premissa que os *mass media* trabalham para transportar a informação até à audiência, fazendo os possíveis para que os consumidores se interessem pelo seu produto e o consumam. No caso específico da Imprensa, este processo é consumado, por um lado, através do desenvolvimento de mecanismos formais de carácter essencial que decorrem aos níveis da correta distribuição física do jornal pelo território nacional e da ampla e constante presença em plataformas digitais, mas verifica-se também no que concerne à esfera dos conteúdos e mais concretamente às convenções que regem o trabalho jornalístico.

É com o intuito de tornar estes conteúdos mais atraentes que podemos então verificar a proeminência de *soft news* (Patterson, 2000: 3), notícias leves em língua portuguesa, desenhadas para provocar sensações e sentimentos no leitor (Ibidem), selecionadas pela sua capacidade de chocar e apostadas em dramatizar os acontecimentos (Ibidem), dramatização essa aliás muito presente no corpo de texto dos artigos classificados para a análise de conteúdo. Olhando para as peças jornalísticas qualificadas, é também possível constatar que, ainda na senda destas convenções (Lippmann, 2007[1922]: 269), a atividade política tende a nos ser apresentada como um jogo, através de uma cobertura noticiosa que centra o seu foco em “questões relacionadas com quem está a ganhar ou a perder, as performances dos políticos e dos partidos e as estratégias e táticas de campanha” (Aalberg et al., 2011: 163) em detrimento de um enquadramento de substância centrado na exposição da essência das principais questões políticas. Este traço distintivo justifica-se pelo simples motivo de que a partir do momento em que um candidato torna pública a sua posição sobre determinada questão essa mesma opinião perde o seu valor-notícia e deixa de cativar o interesse do público, sendo portanto preferível relatar os eventos de campanha que, por mais irrelevantes que sejam, são sempre “ocorrências frescas” que satisfazem a cada dia a sede de novidade da audiência (Alger, 1990 *in* Graber (org.): 149).

Tal como defende Patterson com a expressão “*market-centered journalism*” ou “jornalismo centrado no mercado” (Patterson, 2000: 2-3), todos estes padrões de cobertura têm na sua origem o carácter comercial dos media. A mencionada necessidade imperativa de captar a atenção do público efetiva-se em consequência de uma outra obrigação tão ou mais fundamental: a de vender. A verdade é que as empresas jornalísticas necessitam, tal como qualquer outra organização com fins lucrativos, de gerar lucro, sendo que esse lucro tem que ser obtido em primeira instância através da venda do produto. No caso dos meios de comunicação de massa, como os jornais neste estudo abordados, esse produto é as notícias, tornando-se portanto fulcral adaptá-las e moldá-las segundo contornos que as tornem mais apetecíveis aos olhos de consumidores que tendem a estar mais interessados e a prestar mais atenção às notícias negativas, também entendidas como “más notícias” (Shoemaker, 1996 *apud*

Silveira e Shoemaker (orgs.), 2010: 29).

É por este motivo que os padrões de atuação inerentes à produção jornalística se desenham sob os contornos acima apresentados e é também esta uma das razões fundamentais que justificam que os resultados da análise de conteúdo aqui realizada tenham colocado em evidência uma percentagem global de 37% de notícias portadoras de um tom predominantemente negativo face ao valor quase residual de 9 pontos percentuais de artigos cujo tom se revelou predominantemente positivo. Este conjunto de dados coloca em evidência os traços caracterizadores de uma cobertura jornalística de assuntos políticos muito baseada no princípio de que, pelo facto de este negativismo aliciar o público e com isso inflacionar as vendas, “se não tens nada de mau para dizer sobre alguém, nada digas de todo” (Patterson, 1991 *apud* Patterson, 2000: 10).

Mesmo atendendo ao evidente papel protagonizado pelos próprios órgão de comunicação social na construção de uma informação noticiosa com as características destacas pelos resultados do estudo empírico nesta dissertação desenvolvido, é também justo invocar a Teoria do Espelho para afirmar que, em certa medida, “as notícias são como são porque a realidade assim as determina” (Traquina, 2002: 74). Significa isto que o facto de o tom predominantemente negativo ser em tão grande escala superior ao predominantemente positivo é também da responsabilidade direta dos próprios atores políticos que se constituem como a principal fonte de notícias negativas sobre si próprios (Kepplinger, 2000 *apud* Serrano, 2006: 94), através de críticas mútuas e consecutivas ao carácter pessoal e à performance profissional dos seus adversários.

Esta conclusão, verificada com facilidade pela leitura exaustiva realizada às notícias constituintes da amostra de análise e consubstanciada num indicador fundamental para a constituição da elevada percentagem de negativismo identificada, possui uma relação direta com as estratégias de marketing adotadas pelos partidos políticos e desenhadas em específico para os períodos de campanha eleitoral. A profissionalização das campanhas assenta no princípio básico da necessidade soberana de aparecer e de ser notícia (Graber (org.), 1990: 145), propósito que é alcançado em grande medida através da promoção de pseudo-eventos (Boorstin, 1992[1961]: 11-12) gerados com o único intuito de atrair a atenção mediática, acontecimentos em que a adoção de uma postura crítica de ataque constante aos rivais é constante, numa atitude sempre baseada na premissa de que o volume da cobertura mediática obtida cresce em relação direta ao número de referências negativas aos respetivos opositores políticos.

A conduta das entidades políticas em comunhão com a tipologia da cobertura de assuntos políticos promovida pelos *mass media* gera um efeito bola de neve difícil de controlar. Os políticos abraçam tal postura por saberem que é a melhor forma de conseguirem a tão desejada atenção mediática, os media conferem protagonismo a essas ações por terem a consciência de que esse é o caminho mais rentável para conseguirem vender o seu produto, o público deixa-se seduzir e vai

alimentando este sistema que se vai repetindo diariamente. Já dizia William Shakespeare que “*all the world's a stage*” (1991: 95) e é nos contornos das suas palavras que neste contexto podemos falar de uma “sociedade do espetáculo” (Debord, 1972), como se o universo específico das campanhas eleitorais se tratasse de um enorme palco onde se desenrola uma longa encenação em que os atores políticos escrevem o guião e são as personagens principais de toda uma ação que é transmitida em direto pelos *mass media* e consumida em grande escala por um público sempre ansioso pelo próximo ato.

No enquadramento deste raciocínio, cuja aplicação é legítima tanto à realidade norte-americana como à portuguesa, é de destacar que os resultados empíricos extraídos do presente estudo trouxeram à luz conclusões em certa medida invulgares dentro do contexto das investigações relativas à averiguação do tom da cobertura jornalística de campanhas eleitorais realizadas noutros países. Mesmo perante a considerável atração dos atores políticos, dos *mass media* e da própria audiência pelo negativismo (Shoemaker, 1996 *apud* Silveira e Shoemaker (orgs.), 2010: 29), o tom da maioria das notícias publicadas pelos jornais *Correio da Manhã*, *Jornal de Notícias* e *Público* sobre a atividade política desenvolvida nos períodos das campanhas eleitorais das eleições legislativas de 2002, 2005 e 2009 afirmou-se como sendo neutro ou equilibrado em mais de metade dos casos, ainda com uma distância de 17 pontos percentuais para o tom predominantemente negativo. A redução da percentagem do negativismo em termos temporais, de 39% em 2002 para 34% em 2009, verificada a par da ascensão progressiva do tom neutro ou equilibrado, de 47% no primeiro ano analisado para 61% no último, espelha a tendência para a edificação de uma cobertura noticiosa que parece ter vontade de se tornar menos negativa e mais equilibrada ou neutra em tom com o passar dos anos.

Esta evolução poderá resultar, por um lado, de alterações verificadas ao nível da postura e do discurso dos atores políticos e, por outro, de uma diminuição gradual do ainda tão presente “jornalismo de ataque” (Sabato, 1991 *apud* Patterson, 2000: 14) que pelas suas características tende a contribuir para a carência do conhecimento público aprofundado da substância política e, com isso, para o não cumprimento por parte do jornalismo da sua principal função social de “fornecer aos cidadãos a informação de que necessitam para serem livres e se autogovernarem” (Kovach & Rosenstiel, 2001: 16). Também do lado referente à produção do conteúdo informativo, a renovação geracional decorrida no seio da profissão, verificada pela saída de jornalistas mais experientes e conseqüente entrada de jovens com formação académica superior, e o aumento de velocidade do ciclo noticioso, que impõe mais os factos que as interpretações do jornalista no discurso da peça, poderão ser encarados de igual forma como fatores responsáveis pela superioridade geral do tom neutro ou equilibrado e pela redução temporal do negativismo.

Os motivos aqui invocados como fundamentadores dos valores finais apresentados na secção dos resultados da investigação ultrapassam o quadro da própria análise de conteúdo e constituem-se sobre contornos estritamente teóricos, mas a sua exposição é ainda assim fundamental para a

conclusão de toda a linha de raciocínio até aqui estruturada. Apesar de ser imprescindível ter em consideração o panorama em que a atividade política se desenrola e o facto concreto de que “nos dias de hoje é cada vez mais difícil imaginar um Governo a operar sem os media noticiosos” (Cook, 1998: 119), depois de anunciados os resultados que permitiram identificar o tom predominante da cobertura noticiosa produzida pela Imprensa das campanhas eleitorais das eleições legislativas decorridas em Portugal na primeira década do séc. XXI e fixados as prováveis razões justificativas de tais números, interessa neste ponto redirecionar o foco de abordagem para a dimensão precisa dos efeitos dos media e para as consequências específicas que podem derivar de uma cobertura mediática de assuntos políticos dotada de tais características.

Se é certo que na esfera do jornalismo “toda a escolha é manipulação” (Santos, 2005: 33), parece em igual medida verdadeiro relembrar que “não são as estórias que criam problemas, mas sim as formas como estas são relatadas” (Bennett, 2001: 4). Seguindo as palavras de Patterson relativas ao universo específico das eleições políticas, é preciso ter em atenção que “as estórias que os jornalistas constroem sobre os candidatos não são pequenos contos inofensivos que misturam factos e ficção (...) [mas sim] narrativas com consequências reais porque afetam a imagem que os eleitores adquirem dos candidatos” (1994: 125). É no enquadramento desta ótica de perceção do poder de influência dos meios de comunicação de massa que os jornalistas ganham o protagonismo de “atores fundamentais do processo eleitoral” (Serrano, 2006: 94), portadores de pesadas responsabilidades nas áreas da constituição do sentido de voto do eleitorado, do grau de interesse da audiência relativamente às entidades políticas, e, em consequência, na solidificação ou destruição da tranquilidade e legitimidade popular que qualquer figura política necessita para exercer as suas funções da melhor forma.

É por este motivo que uma cobertura mediática de assuntos políticos detentora de elevados índices de tom predominantemente negativo poderá provocar efeitos nefastos aos mais variados níveis. No contexto aqui abordado, uma Imprensa ligeira, desenhada para cativar e entreter as massas, desprovida de substância política, cética em relação aos governantes, empenhada em acentuar mais aquilo que está errado do que o que está certo e apostada em “envenenar o bem” (Patterson, 2000: 14), tende a constituir-se em si mesma como um pesado “obstáculo à governação efetiva” (Ibidem). Sem desprezar a considerável responsabilidade dos próprios atores políticos e suas atitudes no incremento do tom predominantemente negativo nas notícias, a presença exagerada do negativismo na informação política pode acabar por se constituir como uma força de resistência à eficiência e produtividade políticas na medida em que incentiva o progressivo denegrir da imagem que a Opinião Pública detém de toda a classe política, semeando a generalização da desconfiança e a diminuição do interesse público nos assuntos políticos. Segundo Elisabeth Noelle-Neumann, fomenta-se então uma cada vez maior “espiral do silêncio” (1974: 43-51) baseada numa atitude de passividade e conformismo populares que ganha corpo através do silenciamento progressivo daqueles que não se sentem confortáveis ou não concordam com a realidade transmitida pelos media, promovendo-se desta forma

a deterioração gradual de um dos pilares fundamentais do conceito de Democracia que é a participação política dos cidadãos.

Perante a possibilidade de existência de consequências tão prejudiciais, os resultados da análise de Imprensa nesta dissertação promovida são indiciadores de uma evolução positiva no contexto da realidade nacional. É certo que todos estes dados necessitam de ser restringidos aos períodos de campanha eleitoral e não devem ser generalizados para os outros *mass media* tradicionais possuidores de características em grande medida diferentes das da Imprensa, mas a predominância global do tom neutro ou equilibrado e sobretudo o seu crescimento temporal em termos percentuais, verificado a par da diminuição dos tons predominantemente negativo e positivo, apontam para a consolidação de uma cobertura noticiosa cada vez menos dura e feroz face às entidades políticas, mesmo atendendo à degradação das condições económicas e sociais que o país viveu especialmente desde o estalar da crise financeira no ano de 2008.

Mesmo tendo em conta que o comportamento dos atores políticos é uma variável decisiva neste quadro, se atendermos à maioria dos resultados de estudos semelhantes conduzidos em outros países é possível aferir que o tom da cobertura mediática de assuntos políticos exibido pela Imprensa generalista nacional nestes períodos se pode constituir como um bom modelo a seguir por órgãos de informação de outros países que não o português. No entanto, tal conclusão não inviabiliza o facto de existirem ainda muitos pontos carentes de drásticas mudanças no amplo quadro do modo como os jornais retratam a atividade política para a audiência, diretamente relacionados com as elevadas percentagens de negativismo nas notícias que os resultados do estudo empírico assinalaram mesmo no ano de 2009.

É evidente que uma Imprensa justa, isenta e imparcial não se pode construir através de uma informação jornalística sempre neutra ou positiva no que concerne aos atores políticos e suas performances públicas. Dentro da inevitável subjetividade, a comunidade jornalística tem a obrigação de fazer os possíveis para apresentar a realidade tal como ela é e, adotando esta forma de atuação, revelar os erros e incorreções praticados pelas figuras políticas com transparência para os cidadãos, de forma a satisfazer um direito fundamental comum a todas as pessoas. Estes princípios são inequívocos, mas a questão neste ponto prende-se com a necessidade proeminente de reformular a clássica função de *watchdog* que os *mass media* parecem insistir em desempenhar com excessivo afínco.

Esta reformulação não implica de modo algum a negação dos princípios de tal tarefa, que pela sua nobreza necessita de continuar a pautar a atividade jornalística, mas sim o seu aligeiramento e eficiente reconceptualização, baseados no princípio de que “o público necessita de uma Imprensa cão-de-guarda com o discernimento para distinguir abusos reais de pequenos erros de julgamento e performance” (Patterson, 2000: 14) e dando azo à constituição de um jornalismo que “preste a atenção suficiente ao que o Governo está a fazer bem e apresente as falhas dos políticos com base em padrões

de razoabilidade” (Ibidem: 14-15). Com a aplicação efetiva desta alteração ao nível dos padrões vigentes da atividade jornalística, talvez se abrisse espaço para a consolidação de uma informação política mais centrada na descrição da substância das questões políticas essenciais que realmente influenciam a vida das pessoas e que deveriam, antes de qualquer outro fator, influenciar a sua posição face aos atores políticos.

Na obra intitulada *The Power of News*, Michael Shudson declara que “os media noticiosos deveriam ser auto conscientemente esquizofrénicos nos seus esforços para desempenharem uma função pública democrática” (1995: 211-212). O hiperbolismo inerente à linguagem utilizada não retira a veracidade da mensagem transmitida, que coloca em evidência a necessidade de a comunidade jornalística, através da análise de estudos de avaliação do conteúdo noticioso como o apresentado nesta dissertação, proceder a uma autoavaliação reflexiva da atividade por si desenvolvida que seja capaz de reavivar no seu próprio seio as enormes responsabilidades sociais e políticas inerentes ao ato de informar e aos múltiplos efeitos que dele advêm.

A conduta adotada pelas três forças fundamentais com que os meios de comunicação de massa interagem, incorporadas pelas figuras do poder político, do poder económico e da Opinião Pública, depende em primeira instância das suas próprias vontades, mas cabe ainda assim aos *mass media* a obrigação de desempenharem com brilhantismo o seu papel nesta estreita e mutua teia de relações. Em sábias palavras, Walter Lippmann afirmou que “no seu melhor a imprensa é um servidor e guardião das instituições; no seu pior é um meio através do qual alguns exploram a desorganização social em seu próprio benefício” (Lippmann, 2007[1922]: 276). Compete agora aos meios de comunicação de massa responsáveis pela construção e promoção em larga escala da informação política a difícil tarefa de optarem por um dos dois lados da barricada apontada por Lippmann ou de, em alternativa, tentarem-se situar numa posição intermédia com um pé em cada um deles.



## 6. BIBLIOGRAFIA

- Aalberg, Torin et al (2012) “The Framing of Politics as Strategy and Game: A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings”, *Journalism*, 13, (2), pp. 162-178
- Agee, Warren K. e Nelson Traquina (2005), *O Quarto Poder Frustrado: Os Meios de Comunicação Social no Portugal Pós-Revolucionário*, Lisboa, Vega
- Alger, Dean E. (1990), “The Media in Elections: Evidence on the Role and the Impact”, in Doris A. Graber (org.), *Media Power in Politics*, Washington, D.C., Congressional Quarterly.
- Ascensão, José de Oliveira (2001), *Estudos sobre Direito da Internet e da Sociedade da Informação*, Lisboa, Almedina
- Barradas, Maria Filomena (2012), “Títulos de Notícias: O Que Nos Dizem, Como Nos Dizem”, trabalho apresentado no *III Seminário de I&DT*, Centro Interdisciplinar de Investigação e Inovação do Instituto Politécnico de Portalegre, 6 e 7 de Dezembro de 2012, Portalegre.
- Bauer, Raymond A. (1958), “The Communicator and the Audience”, *Journal of Conflict Resolution*, (Online), 2, (1), pp. 67-77. Disponível em: <http://jcr.sagepub.com/content/2/1/67>.
- Bennett, W. Lance (2001), *News: The Politics of Illusion*, New York, Longman
- Boorstin, Daniel J. (1992[1961]), *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*, New York, First Vintage Book Editions
- Bourdieu, Pierre (1997), *Sobre a Televisão*, Oeiras, Celta Editora.
- Breed, Warren (1955), “Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis”, *Social Forces*, (Online), 33, (4), pp. 326-335. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/2573002>
- Calado, Vanda L. F. (2012), *Cobertura Jornalística de Congressos e Convenções Partidárias na Imprensa Portuguesa em Momentos Pré-eleitorais: Os Finais de Mandato de Cavaco Silva e António Guterres*, Dissertação de Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, Lisboa, ISCTE-IUL
- Cardoso, Gustavo (2006), *Os Media na Sociedade em Rede*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian
- Castells, Manuel (2002), *A Sociedade em Rede – A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura – Volume I*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian
- Castells, Manuel (2013), *O Poder da Comunicação*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian
- Cook, Timothy E. (1990), “Show Horses in House Elections: The Advantages and Disadvantages of National Media Visibility”, in Doris A. Graber (org.), *Media Power in Politics*, Washington, D.C., Congressional Quarterly.
- Cook, Timothy E. (2005), *Governing with the News: The News Media as a Political Institution*, Chicago, University of Chicago Press.
- Cook, Timothy E. (2005), *Governing the News: The News Media as a Political Institution*, London, The University of Chicago Press.
- Correia, João Carlos (2011), *O Admirável Mundo das Notícias: Teorias e Métodos*, Covilhã, Livros LabCom 2011, (Online), Disponível em: [http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110524-correia\\_manual\\_noticial.pdf](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110524-correia_manual_noticial.pdf)

- Debord, Guy (1972), *A Sociedade do Espéctaculo*, Lisboa, Edições Afrodite.
- Entman, Robert M. (1993), "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm", *Journal of Communication*, 43, (4), pp. 51-58.
- Entman, Robert M. (2003), "Cascading Activation: Contesting the White House's Frame After 9/11", *Political Communication*, 20, pp. 415-432.
- Gerbner, George et al (1990), "Charting the Mainstream: Television's Contributions to Political Orientations", in Doris A. Graber (org.), *Media Power in Politics*, Washington, D.C., Congressional Quarterly.
- Gitlin, Todd (1978), "Media Sociology: The Dominant Paradigm", *Theory and Society*, (Online), 6, (2), pp. 205-253. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/657009>.
- Goffman, Erwin (1986[1974]), *Frame Analysis*, New York, Harper & Row.
- Graber, Doris A. (org.) (1990), *Media Power in Politics*, Washington, D.C., Congressional Quarterly.
- Iyengar, Shanto (1990), "Television News and Citizens' Explanations of National Affairs", in Doris A. Graber (org.), *Media Power in Politics*, Washington, D.C., Congressional Quarterly.
- Katz, Elihu (2002), "O Fluxo de Comunicação em Dois Níveis: Memória Atualizada de uma Hipótese", in João Pissarra Esteves (org.), *Comunicação e Sociedade: Os Efeitos Sociais dos Meios de Comunicação de Massa*, Lisboa, Livros Horizonte.
- Katz, Elihu e Paul F. Lazarsfeld (2006[1955]), *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*, New Jersey, Transaction Publishers.
- Klapper, Joseph F. (1960), *The Effects of Mass Communication*, New York, The Free Press.
- Kovach, Bill e Tom Rosenstiel (2004), *Os Elementos do Jornalismo: O que os Profissionais do Jornalismo Devem Saber e o Público Deve Exigir*, Porto, Porto Editora.
- Lasswell, Harold (2002), "A Estrutura e a Função da Comunicação na Sociedade", in João Pissarra Esteves (org.), *Comunicação e Sociedade: Os Efeitos Sociais dos Meios de Comunicação de Massa*, Lisboa, Livros Horizonte.
- Lazarsfeld, Paul F. et al. (1968[1944]), *The People's Choice: How the Voters Makes up His Mind in a Presidential Campaign*, New York, Columbia University Press.
- Leedy, Paul D. (1997), *Practical Research: Planing and Design*, New Jersey, Prentice-Hall.
- Lengauer, Günther et al (2012), "Negativity in political News: A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings", *Journalism*, 13, (2), pp. 179-202.
- Lippmann, Walter (2007[1922]), *Public Opinion*, Estados Unidos da América, BN Publishing.
- McCombs, Maxwell E. e Donald L. Shaw (1972), "The Agenda-Setting Function of Mass Media", *Public Opinion Quarterly*, 36, (2), pp. 176-187.
- McCombs, Maxwell E. e Donald L. Shaw (1990[1977]), "The Agenda-Setting Function of the Press", in Doris A. Graber (org.), *Media Power in Politics*, Washington, D.C., Congressional Quarterly.
- McCombs, Maxwell E. e Donald L. Shaw (1993), "The evolution of the agenda-setting research: Twenty-Five Years in the Market-Place of Idea", *Journal of Communication*, 43, (2), pp. 58-67.

- McQuail, Denis (1983) “The Influence and Effects of Mass Media”, in James Curran et al (orgs.), *Mass Communications and Society*, Londres, Edward Arnold.
- Nery de Oliveira, Isabel L. (2001) *Os Media e a Revelação do Problema Público - Análise de Conteúdo das primeiras Páginas de Jornais Diários Portugueses na Década de 90*, Dissertação de Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, Lisboa, ISCTE-IUL.
- Noelle-Neumann, Elizabeth (1974), “The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion”, *Journal of Communication*, 24, (2), pp. 43-51.
- Noelle-Neumann, Elizabeth (2002), “Os Efeitos dos Meios de Comunicação na Pesquisa sobre os seus Efeitos”, in João Pissarra Esteves (org.), *Comunicação e Sociedade: Os Efeitos Sociais dos Meios de Comunicação de Massa*, Lisboa, Livros Horizonte.
- Nyhan, David (1990), “Newspapers in Campaigns”, in Doris A. Graber (org.), *Media Power in Politics*, Washington, D.C., Congressional Quarterly.
- Page, Benjamin I. et al (1990), “What Moves Public Opinion?”, in Doris A. Graber (org.), *Media Power in Politics*, Washington, D.C., Congressional Quarterly.
- Park, Robert E. (1940) “News as a Form of Knowledge: A Chapter in the Sociology of Knowledge”, *The American Journal of Sociology*, 45, (5), pp. 669-686.
- Patterson, Thomas E. (1990), “Views of Winners and Losers”, in Doris A. Graber (org.), *Media Power in Politics*, Washington, D.C., Congressional Quarterly.
- Patterson, Thomas E. (1994) *Out of Order*, New York, Vintage Books.
- Patterson, Thomas E. (2000) “Doing Well and Doing Good: How Soft News and Critical Journalism Are Shrinking the News Audience and Wakening Democracy – And What News Outlets Can Do About It”, *Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy*, (Online), Harvard University. Disponível em: <https://research.hks.harvard.edu/publications/getFile.aspx?Id=1>.
- Patterson, Thomas E. (2003) “Diminishing Returns: A Comparison of the 1968 and 2000 Election Night Broadcasts”, *Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy*, (Online), Harvard University. Disponível em: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=489803](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=489803).
- Pissarra Esteves, João (2002), “O Estudo dos Meios de Comunicação e a Problemática dos Efeitos”, in João Pissarra Esteves (org.), *Comunicação e Sociedade: Os Efeitos Sociais dos Meios de Comunicação de Massa*, Lisboa, Livros Horizonte.
- Porto, Mauro (2004), “Enquadramento da Mídia e Política”, in António Albino Canelas Rubim (org.), *Comunicação e Política: Conceitos e Abordagens*, Salvador, Edufba.
- Salgado, Susana (2010) *Os Candidatos Presidenciais. Construção de Imagens e Discursos nos Media*, Coimbra, Edições Minerva Coimbra.
- Santos, Rolando (2005), *Terrorismo em Directo: A Grande Manipulação*, Lisboa, Editora Setecaminhos.
- Saperas, Enric (1987), *Los Efectos Cognitivos de la Comunicación de Masas*, Barcelona, Editorial Ariel.
- Serrano, Estrela (2006), *Jornalismo Político em Portugal: A Cobertura de Eleições Presidenciais na Imprensa e na Televisão (1976-2001)*, Lisboa, Edições Colibri/Instituto Politécnico de Lisboa.

- Shakespeare, William (1991), *As You Like It*, Essex, Longman.
- Shudson, Michael (2003), *The Power of News*, Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press.
- Silveira, Joel F. e Pamela Shoemaker (orgs.) (2010), *Telejornais em Exame*, Lisboa, Edições Colibri/Instituto Politécnico de Lisboa.
- Smoller, Fred T. (1990), “The Six O’Clock Presidency: Patterns of Network News Coverage of the President”, in Doris A. Graber (org.), *Media Power in Politics*, Washington, D.C., Congressional Quarterly.
- Soderlund, Walter C. e Carmen Schmitt (1990) “El Salvador’s Civil War as Seen in North and South American Press”, in Doris A. Graber (org.), *Media Power in Politics*, Washington, D.C., Congressional Quarterly.
- Sousa Franco, João J. (2008), “Novo Paradigma Científico-Tecnológico na Sociedade do Conhecimento”, *Milenium – Revista do ISPV*, 34, pp. 177-190. Disponível em: <http://www.ipv.pt/millennium/Millennium34/14.pdf>
- Tarde, Gabriel (1991[1901]), *A Opinião e a Multidão*, Lisboa, Publicações Europa-América.
- Tengarrinha, José (1989), *História da Imprensa Portuguesa*, Lisboa, Editorial Caminho.
- Traquina, Nelson (2000), *O Poder do Jornalismo. Análise e Textos da Teoria do Agendamento*, Coimbra, Minerva Editora.
- Traquina, Nelson (2002), *O que é o Jornalismo*, Lisboa, Quimera.
- Traquina, Nelson (2004), *A Tribo Jornalística: Uma Comunidade Transnacional*, Lisboa, Editorial Notícias.
- Tuchman, Gaye (1993), “A Objectividade como Ritual Estratégico: Uma Análise das Noções de Objectividade dos Jornalistas”, in Nelson Traquina (org.) *Jornalismo: Questões, Teorias e «Estórias»*, Lisboa, Edições Veja.
- Tuchman, Gaye (2002), “As Notícias como Realidade Construída”, in João Pissarra Esteves (org.), *Comunicação e Sociedade: Os Efeitos Sociais dos Meios de Comunicação de Massa*, Lisboa, Livros Horizonte.
- Vala, Jorge (2005), “A Análise de Conteúdo”, in Augusto Santos Silva e José Madureira Pinto (orgs.) *Metodologia das Ciências Sociais*, Porto, Edições Afrontamento.
- Wolf, Mauro (2006[1987]), *Teorias da Comunicação*, Lisboa, Editorial Presença.
- Zambujal, Mário (1982), “A Mais Velha Profissão do Mundo (Mesmo Mais Velha que a Outra)”, *Notícias da Tarde*, Edição 06/10/1982.

## 7. ANEXOS

### ANEXO A

– Ficha de Codificação (*codesheet*) utilizada para a classificação das notícias selecionadas para a análise de conteúdo.

1) **Nome do Codificador:** Diogo Taborda e Silva

2) **Data de Codificação (DDMMAA):**

--	--	--	--	--	--	--

3) **Data da Notícia (DDMMAA):**

--	--	--	--	--	--	--

4) **Publicação** (*Correio da Manhã* = CM; *Jornal de Notícias*= JN; *Público*= PUB): 

--	--	--

5) **Número da Notícia:**

--	--	--

6) **Posição na Campanha Eleitoral** (Primeiros Seis Dias = 01; Últimos Sete Dias = 02): 

--	--

7) **Classificação do Tom** (Predominantemente Negativo = -1 ; Neutro ou Equilibrado = 00; Predominantemente Positivo = +1 ): 

--	--



## 8. CURRICULUM VITAE



### Europass Curriculum Vitae

#### Informação pessoal

Apelido(s) / Nome(s) próprio(s)	<b>SILVA, Diogo Miguel Inácio Taborda e</b>
Morada(s)	Av. Ivens, nº 1, bloco A, 3º dto Alfragide 2610-268 Amadora Portugal
Telemóvel	912602674
Correio(s) electrónico(s)	diogo_taborda@hotmail.com
Nacionalidade	Portuguesa
Data de nascimento	03 de Abril de 1989
Sexo	Masculino



#### Experiência profissional

Datas	21 de Novembro a 18 de Fevereiro de 2012
Função ou cargo ocupado	Jornalista
Nome e morada do empregador	Jornal Hardmusica Rua Sampaio Bruno 8 C/V esq. 1350-283 Lisboa
Tipo de empresa ou sector	Jornal
Datas	Abril a Junho de 2008
Função ou cargo ocupado	Caixa, reposição e atendimento ao público.
Nome e morada do empregador	LIDL Av. 25 de Abril 21 B 2795-197 Oeiras
Tipo de empresa ou sector	Hipermercado
Datas	30 e 31 de Maio e 1, 5 e 6 de Junho de 2008
Função ou cargo ocupado	Voluntariado no Rock in Rio Lisboa 2008. Função de distribuição de brindes ao público.

Nome e morada do empregador	Rock in Rio
<b>Educação e formação</b>	
Datas	2011 – 2013
Designação da qualificação atribuída	Frequência do Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação
Nome e tipo da organização de ensino	ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa
Nível segundo a classificação nacional	ISCED 6
Datas	2008 – 2011 (Concluído em Junho de 2011)
Designação da qualificação atribuída	Licenciado em Ciências da Comunicação nas vertentes de Comunicação Estratégica e Jornalismo com média final de 14 valores, em regime pós-Bolonha
Principais disciplinas/competências profissionais	Desenvolvimento de competências específicas nas áreas das Teorias Políticas, Relações Públicas, Marketing e Comunicação Institucional, assim como em várias vertentes do jornalismo como sendo o ciberjornalismo, o jornalismo escrito e o televisivo.
Nome e tipo da organização de ensino	Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa ISCED 5
Nível segundo a classificação nacional	
Datas	2007 -2008
Designação da qualificação atribuída	Frequência do Ensino Superior no curso de Gestão
Principais disciplinas/competências profissionais	Conclusão com resultados positivos das cadeiras de Economia, Introdução à Gestão e Direito das Sociedades Comerciais, conhecimentos estes que se apresentam como sendo úteis e complementares ao desempenho de qualquer actividade profissional.
Nome e tipo da organização de ensino	Instituto Superior das Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE)
Datas	2004 - 2007
Designação da qualificação atribuída	Ensino Secundário
Nome e tipo da organização de ensino ou formação	Escola Secundária José Gomes Ferreira
Nível segundo a classificação nacional	12º ano com média de 15,2 valores
<b>Aptidões e competências pessoais</b>	
Língua(s) materna(s)	Português

Outra(s) língua(s)

Auto-avaliação

Nível europeu (\*)

**Inglês**  
**Espanhol**

### Inglês e Espanhol

Compreensão				Conversaço				Escrita	
Compreensão oral		Leitura		Interacção oral		Produção oral			
B2	Bom	B2	Bom	B2	Bom	B2	Bom	B2	Bom
B2	Bom	B2	Bom	B1	Razoável	B1	Razoável	B1	Razoável

(\*) [Nível do Quadro Europeu Comum de Referência \(CECR\)](#)

**Aptidões e competências  
sociais**

Espírito de Equipa, elevada capacidade de adaptação a diversos tipos de ambientes multiculturais, adquiridos seja na vida social, através de diversas viagens e conhecimentos de várias culturas, como no decorrer da licenciatura e a nível profissional, no âmbito das actividades já desenvolvidas que exigiam essas qualidades e capacidades.

**Aptidões e competências  
informáticas**

Domínio do Office (Word, Excel, PowerPoint) e conhecimentos básicos de aplicações gráficas como PhotoShop na óptica do utilizador, adquiridos através da experiência e necessidades pessoais. Estas competências abrangem também um vasto conhecimento e domínio das redes sociais e de programas de edição e montagem de som, imagem e vídeo como o Adobe Premiere Pro e o Vuvox

**Carta de Condução**

Carta de condução B e A1