

ANA CARINA DA COSTA VALENTE (nº 20061491)

VIOLÊNCIA NA IMPRENSA

**CRIME VIOLENTO NA IMPRENSA PORTUGUESA:
ESTUDO COMPARATIVO DE DOIS JORNAIS DIÁRIOS**

“Para mal que hoje acaba, não é remédio o de amanhã.”

Orientador: Prof. Doutor Carlos Alberto Poiares

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Faculdade de Psicologia

Lisboa, 9 de Junho de 2009

ANA CARINA DA COSTA VALENTE (nº 20061491)

VIOLÊNCIA NA IMPRENSA
CRIME VIOLENTO NA IMPRENSA PORTUGUESA:
ESTUDO COMPARATIVO DE DOIS JORNAIS DIÁRIOS

“Para mal que hoje acaba, não é remédio o de amanhã.”

Dissertação apresentada para a obtenção
do Grau de Mestre em Psicologia, na
especialidade de Psicologia Criminal e
do Comportamento Desviante,
conferido pela Universidade Lusófona
de Humanidades e Tecnologias.

Orientador: Prof. Doutor Carlos Poiares

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Faculdade de Psicologia

Lisboa, 2009

Índice

PARTE A

Resumo.....	4
Introdução.....	6
Capítulo I - Fundamentação Teórica.....	13
Capítulo II – Legitimação.....	53
Capítulo III – Metodologia.....	90

PARTE B

Capítulo I – Resultados.....	108
Capítulo II – Discussão.....	127
Capitulo III – Conclusão.....	139
Referências.....	141
Anexos.....	153

Resumo

O presente trabalho tem como principal objectivo identificar qual o conteúdo das notícias sobre crime violento retratados na imprensa portuguesa, em termos quantitativos, e perceber se apresentam diferenças significativas em dois jornais de informação geral. Consequentemente, importa reflectir em que medida a comunicação social pode influenciar as nossas representações sociais acerca dos fenómenos criminais, em especial o medo do crime, num prisma selectivo, implícito ao próprio processo de constituição e construção no campo dos *media*.

Para a realização desta recolha fáctica ou documental procedeu-se à construção duma grelha de análise com o intuito de objectivar a recolha de dados. Posteriormente fez-se uma análise de conteúdo de notícias sobre crime violento, presentes nas primeiras páginas de dois jornais diários portugueses, o *Correio da Manhã* (CM) e o *Diário de Notícias* (DN), do mês de Agosto de 2008. Época em que os meios de comunicação social e o Poder político sustentaram que estávamos a viver uma onda de crime.

Palavras-Chave: Comunicação social em massa, mediatização, crime violento e representações sociais.

“Não podemos como seres humanos conscientes, e
empenhados na nossa responsabilidade social,
ceder a tiranias psicológicas,
nem deixarmo-nos iludir pelas técnicas de persuasão,
de propaganda, de publicidade, de marketing,
numa palavra, de Comunicação”
(De Carvalho, 1999, p. 29).

Crime violento na imprensa portuguesa: um estudo comparativo de dois jornais diários

Introdução Geral

A Comunicação Social aparece-nos hoje como “a janela visionária” do mundo que aparentemente nos rodeia; aparentemente, porque a informação fornecida pelos *mass media* é frequentemente interpretada e manipulada. Barros em 2003, defende que a neutralidade da imprensa não é mais que um mito e que as técnicas sensacionalistas valem-se da exploração e manipulação intensa e deliberada das emoções primárias dos leitores.

A ideologia e a prática jornalística não assentam em mostrar o mundo, mas em sentir o mundo.

Com um simples toque no telecomando, uma leitura num sítio da internet, uma espreitadela nos jornais, percebemos que a informação retratada nos *mass media* é substancialmente de índole violenta e criminal.

Naturalmente, é função dos órgãos de comunicação de massas mediatizar fenómenos sociais; segundo Rodrigues (1999), a comunicação social e a justiça vêm-se solicitadas pelos mesmos factos, pelos mesmos parâmetros de análise relativamente próprios, mas com objectivos e instrumentos de conhecimentos opostos. Nesta relação, a interacção entre *media* e justiça, o terreno onde mais se realiza esta acção, é a mediatização da própria actividade judicial. As

notícias destes factos estão intimamente ligadas ao inesperado, ao desvio, à ruptura e, neste contexto, a justiça, principalmente a criminal, aparece como um alvo privilegiado em todo este processo. Também a crónica policial ou judicial emerge como fonte inesgotável de recursos para a comunicação social.

Com este trabalho pretende-se analisar que conteúdos de índole violenta aparecem com mais frequência nas capas de dois jornais diários. Foram tratados para esta recolha o jornal *Correio da Manhã* (CM), jornal com mais tiragem e circulação em Portugal e o *Diário de Notícias* (DN), outro dos jornais de referência do nosso país.

Fazendo uma análise de conteúdo em todas as notícias crime, trabalharam-se os resultados de forma quantitativa, seguindo-se duma reflexão crítica sobre esta temática, que nos afecta e infecta diariamente.

A comunicação social é, sem dúvida, um fenómeno complexo; contudo a diferenciação entre o que é comunicação e o que é, de facto, a informação não pode ser descurada. Observando os conteúdos abordados pela comunicação social, onde a criminalidade é uma das temáticas eleitas pelas nossas notícias, torna-se fundamental para a Psicologia Criminal debruçar-se sobre este fenómeno.

“As histórias do crime são excertos do pulsar diário do mundo em que vivemos, a que os *media* estão particularmente atentos, por exprimirem a ruptura, a descontinuidade, o desvio, emergentes da cadência previsível e rotineira do quotidiano”

(Penedo, 2003, p. 31).

Sabemos que a violência e o crime não são apenas o “combustível” dos noticiários e da imprensa: a escolha é consciente e necessária para um poder que se alimenta e sobrevive da competição e da guerra de audiências, todavia, seria prudente e necessária uma mudança de paradigma nesta indústria que, frequentemente, manipula e vende a informação com o objectivo de provocar sensações e impacto na opinião pública.

Como dizem Poiares & Crugeira (1999), os casos de natureza criminal proporcionam boas matérias para difusão jornalística, convocando as atenções dos *media* e, por efeito, da opinião pública.

O caso de O.J Simpson (1400 horas de cobertura televisiva), figura pública nos Estados Unidos da América, acusado de assassinar a mulher e o amante, é um exemplo de como os *mass media* transformam informação em espectáculo e entretenimento. Ou na nossa realidade, os conhecidos casos como o *Saco Azul*, *Casa Pia*, *Caso Maddie*, e tantos outros, foram alvo de uma mediatização constante e duradoura.

Procuramos um “entretenimento” que nos permita fazer julgamentos “em praça pública”, intensificando a nossa moral e os nossos bons costumes, mostrando a nossa vontade e vincando a nossa opinião como cidadãos do mundo; nem que seja na conversa matinal do café habitual onde se fala e se condena o caso mediático que ocupa os jornais e a nossa vida.

Letria (2001) refere que as pessoas deixaram de procurar na comunicação social informação actualizada, buscando “entretenimento”, preferencialmente algum que tenha a capacidade de apaziguar as nossas angústias e preocupações, mostrando e evidenciando que existem sempre histórias de vida de quem está pior que nós no mundo.

Não se pretende, contudo, defender uma visão de “velho do Restelo”. A comunicação social em massa tem um papel importante e fundamental no nosso quotidiano; duma forma ou de outra precisamos/procuramos e somos procurados/precisos pela informação. Porém, tendo este poder, os *mass media* deviam ter consciência das consequências que o seu espectáculo pode exercer numa sociedade, repensando a sua forma de actuar e vender a sua informação. Seria necessário que o fizessem de forma elucidativa e educativa, para minimizar os efeitos negativos da mediatização.

Sousa (s/d) defende que a notícia é um fenómeno que deve ser explicado e previsto pela teoria do jornalismo e que qualquer teoria deve esforçar-se para delimitar o seu conceito. Reforça ainda que uma teoria da notícia deve sempre responder a duas questões fundamentais: a primeira relacionada com o porquê das notícias hoje serem como são, e porque serão estas as notícias que temos; e, por fim perceber como circula a informação, como a consumimos e quais os efeitos provocados.

Os *media*, mais que reforçar tendências sociais, contribuem para a construção social e para a discriminação, através das saliências

temáticas atribuídas nos seus meios, como, por exemplo, quando retratam preferencialmente as minorias, em contextos criminais e violentos (Cunha, Policarpo, Monteiro & Felgueiras, 2002).

Revela-se importante observar com atenção a actividade dos *media* e a função que a informação assume actualmente, como construtora da realidade social (Brandão, 2002).

Schutz, citado por Saperas (1987), reivindicava o estudo da subjectividade do actor social, pondo de parte as obrigatórias idealizações formalizadas a que a Ciência muitas vezes se submete, prescindindo da intersubjectividade, em busca de uma objectividade inerente às Ciências da natureza.

É premente na sociedade contemporânea o reconhecimento da acção dos *media*.

Os meios de comunicação social falseiam a criminalidade, estigmatizando determinados comportamentos (Barata, 2000), criando pré-conceitos e falsas representações sociais, “o poder dos estigmas”, a ideologia dos bons e dos maus. Sabendo que os *mass media* podem ter um papel fundamental na prevenção dos comportamentos, a forma como utilizam e manipulam a informação pode levar-nos a uma prevenção interventiva de certo modo distorcida, porque a realidade mediática nem sempre corresponde à realidade factual.

Durkheim (1980) defendia que o crime existe em todas as sociedades e de todos os tipos, pode mudar a forma ou os actos, mas sempre existirão homens que se conduzem de modo a incorrer na repressão penal e que o crime é um factor de saúde pública, uma fonte

integrante em qualquer sociedade saudável. O crime é preciso e está ligado a condições fundamentais de qualquer ser social, e por isso é útil, “abrindo portas às modificações necessárias e ao progresso” (p. 90).

Por fim, nesta breve reflexão devemos pensar na influência negativa que a comunicação social tem nas crianças e nos jovens, mostrada por diversos estudos (Collins, 1975, 1976; Voort, 1986; Mesquita, 1991, citados por Matos em 2006).

Ver televisão é uma actividade muito frequente, quase como comer ou dormir, como refere Andrés (1996), a televisão faz parte da vida íntima das crianças, contudo a forma como utilizam os conteúdos televisivos é modelada pela compreensão individual dessa informação.

Para Bruner, (1990) as crianças falam mal porque ouvem mal, e lêem pouco porque não são estimuladas, o dominante sistema comunicacional televisivo não permite quase reflexão sobre as suas mensagens.

“Para impedir que se sentisse enfadada,
mantínhamos sempre o televisor em funcionamento,
desde que nos levantávamos até que nos íamos deitar.
Ela aprendeu muitas coisas sobre a vida com os programas da
Rua Sésamo,
talk shows, filmes e programas de propaganda comercial.
Nunca tivemos de lhe dizer nada sobre as realidades da vida!
Basta dizer que aos quatro anos já nos pedia para usar soutien”

(Wheeler, 2001 p.15)

Torna-se fundamental estudos neste âmbito, sabendo o poder que a comunicação em massa exerce na sociedade, conhecendo as influências que os *mass media* detêm sobre as comunidades, percebendo que a nossa realidade social está intimamente ligada à informação proveniente dos *media* e, não esquecendo a velha máxima da Psicologia, que comportamento gera comportamento, torna-se emergente e fundamental um trabalho criterioso, analítico e crítico, que ponha em evidência estes fenómenos sociais e psicológicos, expondo os pressupostos, as construções e os objectos da comunicação social, que é parte integrante das nossas vidas e dos nossos quotidianos.

Capítulo I

Fundamentação Teórica

Teorias da comunicação, comunicação em massa, pressupostos, construções e objectos.

“A linguagem é a expressão adequada de todas as realidades?

Apenas por esquecimento pode o homem alguma vez chegar a imaginar que detém uma verdade de todas as realidades.

Se ele se contentar com a verdade sob a forma de tautologia, ou seja, conchas vazias, então irá permutar eternamente em ilusões por verdade.

(Nietzsche, 1873 p. 30)”

Numa sociedade como a que vivemos, há muito habituada a fraccionar e dividir todas as coisas para poder exercer controlo, pode ser por vezes perturbador que nos recordem que, em termos práticos e operativos, o meio é a mensagem. Isto significa apenas que as consequências sejam pessoais ou sociais de qualquer meio, de qualquer extensão de nós, resultam da nova escala introduzida nos assuntos humanos, a nova tecnologia (Mcluhan, 1964).

A língua serve, na sua dimensão externa, a comunicação – e comunicar é pôr em comum, é fazer comunidade; porém, qualquer acção de criação envolve uma relação de poder, que vai ser

estabelecida pela interacção entre as pessoas, envolve controlo e pode ser exercida pela força. No entanto, assume frequentemente outros contornos mais subtis e mais eficazes, através da persuasão, pela dissimulação ou pela manipulação. Há muito que os linguistas nos chamaram a atenção para as múltiplas funções que os enunciados assumem nas actividades do homem e na sua interacção verbal. Com o uso da linguagem o homem não descreve apenas o mundo, ele age sobre o mundo e sobre os outros (Ramos, 2000).

Os meios de comunicação, onde se inclui a informação jornalística, são hoje a fonte principal onde a sociedade procura informação acerca de si própria (Ball-Rokeeach & DeFleur, 1976).

O estudo dos efeitos da mediatização constitui uma parte importante das correntes da comunicação em massa.

O processo de industrialização, no século XIX, fez com que muitas pessoas se juntassem com a deslocação para as grandes cidades. Esta nova realidade tornou patente um novo comportamento social, que não era individual mas colectivo, e para “operacionalizá-lo” surgiu a Psicologia das massas. Um dos pioneiros nestes trabalhos foi Sieghale (1868-1913), que editou “A Massa Criminosa”, no qual se vai debruçar sobre crimes colectivos, defendendo que não podemos culpar grupos, porque os incriminados serão sempre os bodes expiatórios. O autor diz-nos que é sempre impossível determinar um culpado no meio de uma multidão, trabalhou ainda sobre o conceito de sugestão e que se traduz na sua ideia de que “em todos os grupos existem os condutores e os que são conduzidos e a imprensa será

sempre uma manipuladora de massa”; outro autor pioneiro foi Le Bon (1895), com “A Psicologia das Multidões”. Para o autor, a civilização estava em perigo com a emergência das massas, os líderes políticos do século XX iriam manipular o “povo” através dos *media*. Profecia certa se recordarmos por exemplo, Hitler ou Mussolini (Oliveira, 2003).

Segundo Wolf, em 1995, os *mass media* constituem, simultaneamente, um importante sector industrial, um universo simbólico objecto de um consumo maciço, um investimento tecnológico em contínua expansão, uma experiência individual quotidiana, um terreno de confronto político, um sistema de intervenção cultural e de agregação social, uma maneira de passar o tempo. Os primeiros estudos nesta área aparecem com a teoria hipodérmica; o modelo mecanicista da teoria hipodérmica pode descrever-se desta forma: a causa (o estímulo), que através de processos psicológicos se traduzem no efeito, ou seja a resposta. A posição defendida por este modelo pode sintetizar-se na definição de Wright, 1975, isto é cada elemento do público é pessoal e directamente atingido pela mensagem. Esta teoria coincide com o período das duas guerras mundiais e com a difusão em larga escala das comunicações em massa (citado por Wolf, 1995).

A teoria hipodérmica é uma abordagem global aos *mass media*, indiferente à diversidade existente entre vários meios e que responde sobretudo à interrogação: que efeito têm os *mass media* numa sociedade de massa?

Oliveira (2003) diz-nos que esta teoria parte da ideia behaviorista que a toda resposta corresponde um estímulo, pois não há resposta sem estímulo, ou um estímulo sem resposta. Contemplamos os indivíduos de acordo com as reacções aos estímulos recebidos.

A presença de conceito de sociedade de massa é fundamental para a compreensão da teoria hipodérmica que, por vezes, se reduz a uma ilustração de algumas das características dessa sociedade. A problemática dos *mass media* está, como se compreende, em íntima conexão com a do ambiente cultural que caracteriza as sociedades modernas, como nos diz Wolf em 1995; a sociedade em massa é sobretudo a consequência da industrialização progressiva, e estes processos sociais provocam perda da exclusividade das elites que se vêm expostas às massas.

Como foi defendido por Mannucci em 1967, o conceito de sociedade de massa não só tem origens remotas na história do pensamento político, como apresenta componentes e correntes bastante diversas. Como características principais da sociedade em massa, aparece a consequência da industrialização dos transportes e do comércio, da difusão de valores abstractos de igualdade e liberdade.

A teoria da agulha hipodérmica, surgida dos *campus* da Psicologia, influenciou todo o pensamento comunicacional da primeira metade do século XIX. Os meios de comunicação em massa são vistos como uma agulha, que vai injectar, se for aplicada de forma certa, o “medicamento desejado” directamente no paciente; os seus

conteúdos são enviados, chegando sem barreiras aos receptores. Esta visão dos meios de comunicação em massa foi consolidada por muitos fenómenos. Oliveira em 2003, refere a transmissão da guerra dos mundos de *HG Wells*, em 1938, que para dar mais realismo à história, foi transmitido como noticiário jornalístico. O resultado foi de pânico geral em muitos americanos, e muitos saíram de arma em punho, preparados para combater seres extraterrestres, pois ignoraram o aviso do início do programa, onde se referia que o que se iria passar era uma ficção. Resultaram daí muitas concepções que defendiam que os meios de comunicação em massa teriam um poder irrestrito sobre as pessoas, que se generalizou. Este pensamento influenciou muitos teóricos da comunicação e correntes de reflexão como o funcionalismo e a Escola de Frankfurt que apesar de correntes diferentes, assentavam e partilhavam a ideia dos *media* todo-poderoso.

Compreende-se a convergência de interesses em torno do tema comunicação, existe uma necessidade – no seio da relevância sociológica - duma abordagem variada, ou seja, temos a percepção de que os meios de comunicação são parte de um único sistema comunicativo, cada vez mais integrado e complexo, que só mediante uma abordagem multidisciplinar pode ser estudado nos seus diferentes aspectos, como os conteúdos veiculados, as modalidades de transmissão das mensagens, o nível de eficácia e as formas de produção da informação (Porro-Livolsi, citado por Heberlê & Sapper, 2006).

A principal componente da teoria hipodérmica é a presença explícita de uma teoria da sociedade em massa, enquanto no aspecto comunicativo opera complementarmente a uma teoria psicológica da acção. Além disso, pode descrever-se o modelo hipodérmico como sendo uma teoria de propaganda e sobre propaganda; com efeito, no que respeita ao universo dos meios de comunicação, esse é o tema principal/central.

Foi especialmente nos anos Vinte e Trinta que apareceram inúmeras publicações que nos chamaram a atenção para os factores retóricos e psicológicos utilizados pelos *media*: *Chakhotin, Psychology or propaganda de Doobs, Psychology of social movements de cantri* (Oliveira, 2003)

A superação desta teoria aconteceu segundo três directrizes distintas, mas em muitos aspectos interligadas e sobrepostas. As duas primeiras, centradas em abordagens empíricas de tipo psicológico-experimentais e de tipo sociológico e, a terceira representada pela abordagem funcional à temática dos meios de comunicação social no seu conjunto. Ou seja, a primeira tendência estuda os fenómenos psicológicos individuais que constituem a relação comunicativa, a segunda explica os factores de mediação existentes entre indivíduo e o meio de comunicação; e a terceira, elabora hipóteses sobre as relações entre indivíduo, sociedade e meios de comunicação (Wolf, 1987).

Nos anos Quarenta foram as investigações de Lazarsfeld (1944) e o seu trabalho *“The people’s choice: How the voter makes up his mind*

in a presidential campaign”, que deram origem à abordagem empírico-experimental ou da persuasão (Carvalho, 2007).

Esta abordagem, paralelamente à abordagem empírica de campo, conduz ao abandono da teoria hipodérmica e a aquisição de uma está directamente ligada à outra. Ambas se desenvolveram na mesma altura e essa contemporaneidade dificulta uma diferenciação nítida do contributo de cada uma delas; torna-se ainda difícil descrever exaustivamente este âmbito de estudos psicológicos experimentais, dado que aparecem muito fragmentados, composto por uma vastidão de micro-pesquisas específicas, cujos resultados são frequentemente opostos aos de outras verificações experimentais da mesma hipótese. Por isso, esta perspectiva consiste, sobretudo, na revisão do processo comunicativo, entendido como uma relação mecanicista e imediata entre estímulo e resposta, o que torna evidente, pela primeira vez no estudo dos *mass media*, a complexidade dos elementos que entram em jogo na relação entre emissor, mensagem e os receptores (Wolf, 1995; Carvalho, 2007).

A abordagem deixa de ser global, incidindo sobre todo o universo dos meios de comunicação e passa a apontar para o estudo da eficácia persuasiva e para a explicação do insucesso das tentativas de persuasão, ou seja, existe a ideia que é possível obter efeitos relevantes, se a mensagem for adequadamente estruturada (Wolf, 1995).

Persuadir os destinatários é um objectivo possível se a forma e a organização da mensagem forem adequados aos factores pessoais que o destinatário activa quando interpreta a mensagem (Bernays, 1928).

“ As mensagens dos meios de comunicação
contêm características particulares do estímulo
que interagem de maneira diferente
com os traços específicos da personalidade
dos elementos do público, é natural que se presuma a existência,
nos efeitos, de variações correspondentes
a essas diferenças individuais”
(Defleur, 1966, p. 122).

Nos estudos experimentais algumas das variáveis ligadas a essas diferenças individuais permanecem constantes: nesta ordem, manipulam-se as variáveis cuja ocorrência é directa sobre o efeito persuasivo que se pretende verificar.

Segundo Bernays (1928), o estudo sistemático da Psicologia das massas revelou as potencialidades dum governo invisível da sociedade, pela manipulação de motivos que actuam sobre o homem inserido no grupo. Muitos autores, como Le Bon (1841-1931) ou Trettor (1852-1939), debruçaram-se sobre a questão do grupo e estabeleceram que tem características mentais distintas das dos indivíduos e o seu pensamento é motivado por impulsos e emoções, que não podem ser explicados com fundamento no que conhecemos da

Psicologia individual. Por isso levanta-se a questão se, ao compreendermos os mecanismos e os motivos do pensamento do grupo, seria possível controlá-los e regular as massas segundo a nossa própria vontade e, sem que elas se apercebam de tal manipulação (Correia, 2005).

“ Em todo o grupo social, existem indivíduos particularmente activos, bem informados e eloquentes. São mais sensíveis que os outros aos interesses do seu grupo e têm mais vontade de manifestar a sua opinião acerca de assuntos de relevo”
(Katz & Lazarsfeld, citados por Penedo, 2003. p. 22).

A prática da rede de propaganda provou que sim, é possível, pelo menos até certo limite. A Psicologia das massas está ainda longe de ser uma ciência exacta e os “enigmas” da motivação humana não são transparentes, nem de fácil compreensão (Bernays, 1928).

É importante salientar que a teoria e a prática associam-se com bastante sucesso, permitindo saber que, em certos casos, podemos operar mudança na opinião pública, com elevado grau de precisão ao accionarmos os mecanismos (Alves, 2004).

A propaganda está de forma implícita associada os meios de persuasão, não é uma ciência no sentido laboratorial; porém, já não é matéria empírica. O estudo da Psicologia das massas deu-lhe muito suporte, é científica e procura basear as suas operações através do conhecimento traçado a partir da observação directa que se faz das

mentalidades dos grupos; e mostra ter princípios consistentes e constantes. Ao poder actuar nos líderes, podemos automaticamente dominar o grupo que estes influenciam, sendo alvo das premissas defendidas pela Psicologia das massas. Trotter e Le Bon concluíram que o cérebro do grupo não “pensa” no sentido em que conhecemos a palavra; em vez disto, o grupo é impelido pelo impulso, pelo hábito e pelas emoções segundo o líder do grupo; o líder em quem confiam (Bernays, 1928).

Le Bon (1895) explica que em grupo, cada sujeito pode tornar-se melhor ou pior moralmente, mas nunca mais inteligente, pois pertencer a uma multidão é perder consciência individual e, portanto, as capacidades de raciocínio e de crítica diminuem. Toda a multidão é um agrupamento de pessoas com características psicológicas negativas e antecipadamente, seja qual for o conteúdo das ideias ou o movimento, são impulsivas, impressionistas e facilmente irritáveis e sugestionáveis, são capazes de fazer associações sem lógica, pensam por imagens, não têm consciência própria, podem ter facilmente alucinações colectivas, confundem a realidade com a imaginação, não conseguem julgar com bom senso. Falou-nos de comportamento, mentalidade e os sentimentos da comunidade em situação de agregação, seja por uma motivação política ou por uma crença religiosa. Afirma que multidão é um jogo de estímulos externos onde não age a razão individual, não existem controlo nos impulsos gerados por excitações exteriores. Além disso, o poder do número abona a

sensação de que nada é impossível, podendo ser generosa ou cruel, mas sempre descontrolada.

O que nos garante um carácter uniforme da ilusão colectiva, denominado pelo autor por sugestão contagiosa e que se refere à mútua imitação entre os membros do grupo que, posteriormente, se reproduziria por afirmação, repetição e contágio para todos os outros.

Este processo tem fundamental importância nos casos em que a fonte da sugestão é um líder, frequentemente alguém com prestígio e que exerce consciente ou inconscientemente um controlo total.

Le Bon (1895) acrescenta que toda a decisão parlamentar é sempre pior quando tomada em conjunto, porque é influenciada por lideranças políticas com autoridade e não porque seja comprovada por técnicos; defende ainda que o juiz, com um júri popular, não tem a capacidade de julgar de forma imparcial, porque é influenciado por advogados hábeis e, finalmente, pela imprensa, que é constituída por jornalistas, que conseguem mobilizar e influenciar a sensibilidade popular na forma como apresentam os factos.

Os meios pelos quais os principais líderes transmitem as suas mensagens para o público são através de propaganda que incluem todos os meios pelos quais todos nós transmitimos as nossas opiniões. Não existem meios de comunicação humana que não possam ser também meios de deliberada propaganda, porque é definida pelo simples estabelecimento de uma compreensão recíproca entre um sujeito e um grupo (Bernays, 1928).

O jornal permanece como meio de transmissão de opiniões e ideias, por outras palavras, de propaganda. Há alguns anos os editores de jornais despeitavam-se pelo uso de colunas noticiosas para desígnios de propaganda, alguns editores lutavam por uma boa história. Nos principais departamentos de informação, o verdadeiro critério para decidir ou não a publicação de determinada matéria é o seu valor noticioso, a alma da notícia, têm que garantir que a matéria publicada vai de encontro ao interesse das massas (Bernays, 1928).

Os valores das notícias são critérios de fácil aplicação: para Golding e Elliot (citados por Wolf, 1987), os “valores-notícias” são critérios de selecção dos elementos dignos de incluir no produto final, desde o material disponível até à redacção. Funcionam como linhas de orientação para a apresentação do material, sugerindo o que pode ser realçado e evidentemente o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário nas notícias que vão chegar ao público. Influenciando nesta eleição está o paradigma do agendamento noticioso (*agenda-setting*), nos contextos escolhidos como preferências, nos meios de comunicação social.

Um dos estudos levados a cabo durante a segunda guerra mundial, por Carl Hovland, do Departamento de Psicologia de Yale (Wolf, 1995), tinha como pedra basilar perceber quais as formas de aumentar a eficácia das mensagens para tornar possíveis os efeitos pretendidos pelo emissor da mensagem. Foram tidos em conta as características psicológicas da audiência e os factores referentes à mensagem. O interesse em obter informação, a existência de um

público-alvo que não possui qualquer conhecimento sobre os assuntos tratados numa campanha, está intimamente relacionado com a motivação para a informação. Sabemos que nem todas as pessoas representam um mesmo alvo para os meios de comunicação, mas quanto maior a exposição a determinado assunto, mais o seu interesse aumenta sobre aquele acontecimento, apontando a exposição selectiva, tentando perceber de que forma as pessoas seleccionam a informação, seria importante perceber quais as razões de algumas pessoas preferirem a rádio e outras a imprensa. Compreenderam em variáveis como a escolaridade, a profissão, a utilidade da comunicação e a proximidade de contexto que existe um certo grau de correlação com a exposição selectiva.

Referiram ainda neste estudo, que a percepção selectiva, que explicava que a interpretação da matéria, transforma e, muitas vezes, adapta o significado da mensagem recebida, fixando-as às atitudes e aos valores do destinatário; casos há em que se muda de forma profunda o sentido da mensagem, ou porque não se entende ou porque a mensagem enviada provoca tensão psicológica, o processo perceptivo (Wolf, 1995).

E, por fim, a memorização selectiva, Bartlett (1932) demonstrou que à medida que o tempo passa, na memorização selectiva, os elementos mais significativos que ficam armazenados na memória do sujeito, em detrimento dos mais discordantes ou culturalmente distantes, afirmam que existe um mecanismo específico de memorização das mensagens persuasivas, o chamado efeito latente.

Afirmaram também que a eficácia persuasiva é quase nula no momento da exposição, mas que com o passar do tempo a eficiência vai aumentar, mesmo que o destinatário tenha uma atitude negativa face à fonte, constituindo uma barreira eficaz contra a persuasão, a memorização selectiva atenua esse factor e os conteúdos da mensagem persistem, aumentando gradualmente a sua eficácia (Wolf, 1995).

Relativamente aos factores ligados à mensagem os resultados associaram às variáveis ora descritas. As relações são constantes, aquilo que se conhece de determinados temas influencia o comportamento face a essa mesma temática, assim como as atitudes em relação a determinados conteúdos influem no modo de estruturar o conhecimento em torno deles e, conseqüentemente, a quantidade e sistematização da nova informação que sobre eles adquirimos (Wolf, 1995).

Os estudos realizados acerca da credibilidade do comunicador, interrogaram-se sobre a reputação da fonte, isto é, se é um factor que influencia as mudanças de opinião, susceptíveis de serem obtidas pelas audiências e, paralelamente, ou se a falta de credibilidade do emissor incide negativamente na persuasão. Foi observado que mensagens idênticas têm uma eficácia diferente em função da sua atribuição a uma fonte considerada, ou não, credível (Lorge, citado por Mattelart, 1997). Mostrando que o problema da credibilidade da informação, não diz respeito apenas à quantidade da informação recebida, mas deve-se fortemente, à fragilidade da credibilidade da fonte, que faz seleccionar a sua aceitação.

Quanto à ordem de argumentação da mensagem, este tipo de pesquisas tem por objectivo estabelecer se numa mensagem bilateral, ou seja, que contém argumentos pró e contra determinada posição, são mais eficazes as argumentações iniciais a favor de uma orientação, ou se, pelo contrário, são mais eficazes as argumentações finais de apoio a uma posição contrária, efeito de primazia ou recência: estudos têm verificado que são mais influentes as mensagens transmitidas na primeira parte da mensagem, a Lei da Primazia (Wolf, 1995).

Muitos são os estudos realizados pela Psicologia para perceber a relação entre os sistemas de memória, seja a curto ou a longo prazo, através do método de recordação livre. Apresentando ao sujeito uma lista de palavras não relacionadas entre si, é pedido para ao sujeito para recordar as palavras que se lembra pela ordem que entender; os resultados mostram que o sujeito não recorda todas as palavras apresentadas e que a probabilidade do *item* ser enunciado depende da posição que ocupou na lista original. Os *itens* que se encontram no início ou no fim da lista são os que aparecerão com mais frequência. O efeito de primazia na recordação dos *itens* do princípio ou fim da lista (Gleitman, 1999).

A integralidade das argumentações é o modelo de pesquisa mais conhecido neste campo de procura da comunicação, tendo como objectivo modificar a opinião da audiência. Estuda, por um lado, os efeitos provocados com a apresentação de um único aspecto e, pelo contrário, se vários aspectos de um tema controverso têm mais eficácia no grupo, Neste âmbito existem ainda estudos sobre

explicitação das conclusões: a questão reside em saber se uma mensagem que fornece explicitamente as conclusões a quem se pretende persuadir tem mais eficácia do que uma mensagem que fornece essas conclusões de uma forma implícita, deixando o destinatário extraí-las (Wolf, 1987).

Todos os estudos, de uma forma global indicam que a configuração das mensagens para fins persuasivos varia e salientam que a estrutura muda, porque também diversifica a população-alvo da mensagem, concluindo que os efeitos da comunicação em massa, dependem essencialmente das interações que se estabelecem entre todos os factores inerentes ao processo psicológico do receptor.

Alves (2004) afirma que, com o advento dos *media* e a fortíssima crença no seu poder de influência sobre as comunidades, existe uma vasta pesquisa sobre as funções e os efeitos de comunicação; porém, existe convicção geral e acordo sobre o carácter da comunicação humana. A quantidade de variedade de técnicas jornalísticas são concebidas para influenciar, persuadir, converter e mudar as massas.

A abordagem empírica de campo ou efeitos limitados surge também como linha de investigação destes fenómenos. Para esta corrente, de orientação sociológica, o objectivo de estudo é perceber que capacidades têm os *media* para influenciar o público, as massas.

Se a teoria hipodérmica falava de manipulação e a abordagem psicológico-experimental de persuasão, esta corrente fala-nos de influência que é exercida pelos *media*: tentou-se associar os processos de comunicação de massa às características do contexto social em que

esses processos acontecem. Esta teoria teve duas frentes de investigação: a primeira, relacionada com o consumo dos *mass media*, e a segunda, relacionada com a mediatização social que caracteriza o consumo. Por conseguinte, esta corrente vai deixar de salientar a relação causal directa entre propaganda de massas e manipulação de audiências para passar a insistir num processo indirecto de influência, em que as dinâmicas sociais se intersectam com os processos comunicativos. As pesquisas mais importantes desta corrente não se dedicaram a compreender os *mass media* ao pormenor, antes estudaram os processos de formação da opinião pública de determinadas comunidades sociais (Wolf, 1995)

Garcia-Marques (2000), ao falar-nos da influência social salienta que podemos afirmar que alguém foi influenciado socialmente quando o comportamento aparece modificado em presença de alguém, não sendo necessariamente uma pessoa real, podendo ser imaginado, pressuposto ou antecipado, sem que os fenómenos sobre os quais olhamos não cessem de acontecer. Muitas experiências mostraram claramente que a influência social acontece e que pode ter efeitos negativos, lembremo-nos dos trabalhos de Sherif (1936) e os resultados marcantes obtidos no seu estudo dos choques eléctricos ou de Asch (1958) com o “sonambulismo social”, onde estudou a influência do grupo e mostrou que o comportamento individual pode variar de acordo com a pressão grupal, levando-o mesmo a fazer julgamentos lacunosos.

A teoria funcionalista das comunicações em massa constitui essencialmente uma abordagem global aos *mass media*: a sua génese vai estar na explicitação das funções exercidas pelo sistema da comunicação em massa, distinguindo-se assim de outras correntes que se debruçavam sobre os efeitos e não sobre as funções da comunicação de massa na sociedade.

Um dos exemplos conhecidos desta teoria é constituído pelo ensaio de Wright (citado por Wolf, 1987), onde foi descrita uma estrutura conceptual, que permitiria inventariar, em termos funcionais, as ligações complexas que existem entre os *mass media* e a sociedade, ou seja articular, nomeadamente, as funções e as disfunções latentes e manifestas das transmissões jornalísticas, informativas, culturais ou de entretenimentos, respeitantes à sociedade.

Em 1950 e com a teoria crítica, chegada da Escola de Frankfurt, surgiu uma visão que contemplava a sociedade como um todo, o ponto de partida desta teoria incidia numa análise do sistema da economia de mercado, desemprego, crise económica, militarismo, terrorismo, a condição global das massas. A identidade central desta teoria configura-se como construção analítica dos fenómenos que investiga e simultaneamente, como capacidade para atribuir esses fenómenos às forças sociais que os provocam. Adorno (1954) refere que “ a sociedade é sempre vencedora e o indivíduo não passa de um fantoche manipulado pelas normas sociais” (p. 384).

Marcuse, (1898-1979) foi um dos mais marcantes filósofos desta escola. A crítica à racionalidade técnica direccionou todos os seus trabalhos, defendendo que a instrumentalidade das coisas tornava-se a instrumentalidade dos indivíduos, o ser humano era visto como uma coisa, instrumental. Para ele o Homem não dominava a máquina tecnológica, como tinham previsto no iluminismo; era o ser humano que estava a ser dominado, as pessoas estavam a ser massificadas (citado por Oliveira, 2003). Pretendeu patentear as novas formas de dominação política, sob as aparências de racionalidade de um mundo cada vez mais modelado pela tecnologia e pela ciência, manifestando uma irracionalidade de um modelo social que subjuga o indivíduo em vez de o libertar.

A racionalidade técnica, a razão instrumental, reduziram o discurso e o pensamento a uma única dimensão e, nesta sociedade “unidimensional” anulou o espaço para a existência de um pensamento crítico (Matellart, 1997).

Desde a Escola de Frankfurt que o termo indústria cultural configura os meios veiculados pelos *media*; Mattelart, (1997) expõe que esta indústria fornece bens padronizados para a satisfação das procura, através do modo industrial de produção, obtendo-se uma cultura de massas, feita de uma série de objectos bem manifestados pela industrialização, a seriação, a padronização e a divisão de trabalhos.

Morin, em 1977, explicita que a informação é um conceito problemático, não um “conceito-solução”, sendo uma concepção

fundamental, mas ainda longe de ser elucidado e elucidativo; no texto “A indústria cultural”, reforçou a nova corrente de pensamento, também conhecida como Teoria culturológica.

Para Oliveira (2003), os produtos desta indústria teriam três funções: ser comercializados, promover a deturpação e a degradação do gosto popular e obter uma atitude sempre passiva dos seus consumidores, ou seja o objectivo não seria consciencializar, pretendia-se uma alienação das massas.

Outras correntes apareceram e defenderam que não somos tão atomizados: apareceu a teoria *Two step flow*, que defende que as mensagens mediáticas passam por dois níveis, o primeiro constituído pelos formadores de opinião, a que Le Bon (1895) chamava de pessoas com autoridade, e o segundo, onde mostraram que a interpretação das informações não é limitada pelos objectivos dos emissores.

Nas sociedades modernas e industriais, a comunicação complexifica-se do ponto de vista organizativo, autonomizando-se em sistema próprio de comunicações, e dota-se de mediadores especializados. Os profissionais de comunicação organizada tornam-se novos mediadores intelectuais entre as massas e os líderes de opinião, decifradores das mensagens das elites para as massas, num processo clássico definido por Katz e Lazarsfeld como fluxo de duas faces (*Two-Step-Flow*) (Cruz, 1995).

Segundo Carvalho, em 2007, este modelo e a teoria da dissonância cognitiva de Festinger (1957), segundo a qual quanto maiores as vantagens que têm que ser trocadas entre opções, maior é o

conflito sentido pelo receptor/decisor, vieram reforçar a teoria dos efeitos limitados dos media e tornou-se o paradigma dominante nos anos Sessenta. Os estudos dos efeitos dos *media*, passariam, então, a centrar-se no reforço de valores, comportamentos e atitudes pré-existentes e não na capacidade dos media para os modificar ou manipular.

Apareceu nos anos Setenta o paradigma do agendamento; os investigadores aperceberam-se que todas as correntes dos efeitos limitados estavam longe de conseguir explicar ou estudar uma série de fenómenos contíguos à comunicação em massa e esta corrente aponta para os efeitos mediáticos; neste contexto o *agenda-setting*, visa estudar o papel dos *media* na formação e mudança de cognições (Wolf, 1995; Carvalho, 2007).

Os processos cognitivos não são processos exclusivamente individuais; a génese do pensamento encontra-se na interacção e o pensamento é uma forma de interacção social (Vigotsky, citado por Vala, 2000).

Esta modalidade de investigação assenta na constatação do poder que, através da sua capacidade simbólica, os meios de comunicação exercem para influenciar e determinar o grau de atenção que o público dedica a determinados temas expostos ao interesse popular. A *agenda-setting*, partiu de estudos sobre comunicação política, centralizou o interesse pela análise dos efeitos da comunicação em massa que não resultavam da persuasão, mas da presença pública de determinadas

informações ou conhecimentos sobre o meio (Wolf, 1995; Carvalho, 2007).

Os trabalhos de Saperas (1987) têm como objecto estudar os efeitos cognitivos da comunicação de massas; entenda-se por efeito cognitivo o conjunto de consequências que derivam da acção mediadora dos meios de comunicação, sobre os conhecimentos públicos partilhados por uma comunidade.

Evoquemos ainda que a construção de uma representação é um processo que, entre outros aspectos, reenvia para as experiências da vida quotidiana e para a actividade cognitiva que os indivíduos, a partir daí, desenvolvem: o audiovisual é um espaço de vivência de experiências vicariantes. Através do visionamento da acção do outro, o espectador tem acesso a emoções, experiências e comportamentos que, em certas condições, têm o mesmo impacto que a experiência directa e que podem, por isso, validar, reforçar ou mudar as suas representações sociais (Bandura e Walters, citados por Vala, 2000)

A noção de comunicação cobre uma multiplicidade de sentidos. Se desde há muito é assim, a proliferação das tecnologias e a profissionalização das práticas mais não fizeram que acrescentar novas vozes a esta polifonia, num final de centúria que faz da comunicação uma figura emblemática das sociedades do terceiro milénio.

Encontrando-se na encruzilhada de diferentes disciplinas, os processos de comunicação suscitaram o interesse de Ciências tão diferentes como a Psicologia, a Filosofia, a História, a Geografia, a

Sociologia. Sobre este campo particular das Ciências Sociais sempre pairou, além disso, no decurso da sua construção, o espectro da legitimidade científica, existindo uma pluralidade e dispersão deste campo de observação científica que, historicamente, se inscreve em tensão entre as redes físicas e imateriais, o biológico e o social, a natureza e a cultura, os dispositivos técnicos e o discurso, a economia e a cultura, as perspectivas mini e macro, a aldeia e o globo, o actor e o sistema, o indivíduo e a sociedade, o livre arbítrio e os determinismos sociais (Mattelart, 1997).

Se a noção de comunicação é problemática, a de teoria da comunicação não é menos. Também ela é geradora de clivagens. Primeiramente, o estatuto e a definição da teoria, tal como ocorre em numerosas Ciências do Homem e da sociedade, opõem-se fortemente entre uma corrente epistemológica para outra.

Strauss (citado por Martins, 2004) refere que nenhuma outra época produziu tanto passado como a nossa. Diz-nos que a notícia é a superfície não fecundada do novo, é a novidade, a notícia ilustra a actual “fantasmagoria” do inédito.

O autor refere ainda que o papel dos *mass media* assenta num esquematismo que determina as nossas experiências de vida; a programação informativa é o sintoma desta impossibilidade em que nos encontramos em viver novas experiências; cercados por este mundo informativo já não vivemos acontecimentos, exibimos notícias. Aliás, sucumbimos mesmo à ilusão de que viver uma vida é exibirmo-nos como qualquer notícia.

Com efeito, cabe relembrar um dos mais importantes poetas portugueses do século XX:

“Que é a notícia?
Um hoje que nunca é hoje,
Um amanhã que já é ontem
Que é a notícia?
Amanhã acontecido,
Notícia é sempre um depois,
É um viver vivido...
Que é a notícia?
Notícia é devoção!
Aí vai ela pela goela
Que há-de engolir tudo e todos!
Aí vai ela, lá foi ela!
Nem trabalho de moela
Retém a notícia...
Notícia sem coração!
Que é notícia?
Cão perdeu-se! Por que não?
Cão achou-se! Ainda bem!
Ainda melhor, por sinal,
Se o cão perdido e achado
Forem um só e o mesmo
“lidos” no mesmo jornal!

Mas terá sido notícia? (...)

(Alexandre O’neill, 1999. P.13-15)”

Para Cornu (1994), a divulgação e a comunicação duma notícia implica agentes e meios, jornalistas e *media*. A informação como actividade jornalística passa por *media* autónomos (os jornais e as revistas) e por *media* de difusão (rádio e a televisão). A notícia dirige-se principalmente a uma audiência aberta, o grande público. A acção de comunicar pela escrita realizou-se durante longo tempo à luz de uma liberdade, a liberdade de expressão. A imprensa pode orgulhar-se de ter contribuído, nos séculos XVII e XVIII, para a conquistar e consagrar. Mas a explosão das técnicas de produção substituiu as oficinas dos mestres impressores por uma verdadeira indústria de imprensa: as mutações geográficas e as concentrações urbanas, a parte crescente da publicidade nas receitas dos jornais, os imperativos da rentabilidade, provocaram novas realidades.

A televisão tornou-se um meio de informação e, por vezes, até único. Tão rápida como a rádio e tão independente quanto a imprensa escrita, tem uma enorme vantagem sobre os seus predecessores: o poder da imagem, que pode ser também um enorme *handicap*, porque a imagem é redutora, simplificadora e falsificadora. Segundo o autor, nunca como até agora a imagem fez rimar tanto a informação com a manipulação (Woodrow, 1981).

Lagardette (1998) diz-nos que perante a onipotência da imagem, a escrita está a perder o seu peso, nas sociedades actuais; no

entanto, permanece insubstituível, até porque é a escrita que mais respeita o leitor, dado que cada pessoa pode ler ao seu ritmo, voltar atrás se necessário, saltar passagens, não impõe uma representação predeterminada no que transmite, cada leitor forma a sua ideia em função da cultura, do humor e do desejo.

Embora tanto a imprensa como a televisão dependam do “anunciante”, a função do jornal tem sido mais relevante que a televisão, porque a imprensa tem conseguido desempenhar o seu papel de mediador de tensões políticas e sociais. De todos os veículos de informação social, só o que é impresso nos permite reflectir, olhar a mensagem profunda e, em consequência, obter uma resposta consciente.

A leitura implica uma decisão, obriga à selecção, concentra a atenção. Mesmo quando estamos a ler distraidamente, se aparecer algo estimulante, podemos recuar, rever e então ler (Rebelo, Ponte, Férin, Malho, Brites & Oliveira, 2008).

Para Ramos (2000), a imprensa escrita generaliza e vulgariza os problemas; descodifica o discurso técnico e científico e transforma-o em discurso de massas; manipula a opinião pública, pela interpretação subjectiva e intermediação que realiza, de acordo com as normas de comportamento de determinados grupos sociais; condiciona os responsáveis políticos, pela manipulação da opinião pública.

O jornalista tornou-se um técnico, ou um artista, segundo Lagardette (1998): a matéria-prima de um jornalista está nos factos, que procura, selecciona e trabalha com o objectivo de os tornar

atraentes e compreensíveis. Se a informação for incompleta ou parcial, poderá existir um encadeamento de julgamentos, de comportamentos que vão ser deturpados, cabe ao jornalista ter esta consciência e ter responsabilidade neste campo, não esquecendo que a deontologia e ética estão na base do bom funcionamento de todos os grupos humanos.

A informação ocupa actualmente um espaço muito importante, a livre circulação é fundamental para cada país, para o mundo.

Os jornalistas da imprensa, rádio e televisão deveriam partilhar os mesmos objectivos e as mesmas exigências, mas isso não acontece. Woodrow (1991) refere um estudo realizado pelo *L'Express* no questionário *France Opinions* em 1991 sobre a guerra do Golfo. Os resultados foram denunciadores: 84% dos jornalistas que participaram nesta recolha consideraram que foram manipulados. Foi uma guerra sem imagens e onde a informação foi constantemente filtrada; 75% dos jornalistas afirma que a cobertura da guerra foi jornalismo-espectáculo.

Barata-Feyo (1984) refere que a qualidade da notícia ou de comentários são directamente proporcionais à qualidade de quem os produz, à qualidade do jornalista.

“Inculto, o jornalista agacha-se perante acontecimentos, a entrevista, o comentário ou a simples notícia. O jornalista submete-se, apaga-se, acaba por aceitar reduzir-se a mero acessório técnico do meio de comunicação. É afinal um fotograma, uma válvula, uma vírgula – e ainda por cima dispensáveis”

(Barata-Feyo, 1984. p. 307)

Na selecção da informação imperam três factores: a actualidade, o interesse do leitor e a linha editorial. Quando um leitor abre um jornal, é para saber notícias; na imprensa, se a informação não estiver ligada à actualidade imediata, será “congelada” à espera que algum acontecimento a actualize. Por isso existe, nesta indústria, a corrida à novidade, que conduz à procura desenfreada do chamado furo jornalístico. Quanto ao interesse do leitor, o jornalista deve ter a consciência que um bom agente de informação é, acima de tudo, um vulgarizador; a mensagem só é eficaz quando pode ser compreendida por todos. Por fim, a linha editorial: é ela que dá ao jornal a sua originalidade, a coerência, a justificação, determinada pelo director de informação. É importante que seja claramente definida, o jornal deve saber em que ângulo abordará a sua matéria-prima; a opção da linha editorial deve ajustar esta decisão ao objecto procurado, os leitores (Lagardette, 1998).

Curran & Seaton (1997) referem que o crescimento muito rápido dos jornais de qualidade nos anos Oitenta e o desenvolvimento de uma guerra de preços da imprensa a partir dos anos Noventa, contribuíram para um processo de popularização dos jornais; no entanto, permaneceu uma diferença entre a imprensa de elite politizada e uma imprensa de massas relativamente despolitizada. Afirmam que esta diferença está enraizada no desenvolvimento histórico da imprensa e é normalmente atribuída ao abismo que separa as preferências sofisticadas das elites.

Segundo os mesmos autores, estudos realizados nos últimos sessenta anos revelaram que os leitores dos jornais de qualidade e populares são bastante semelhantes nos seus gostos e nas suas aversões.

Segundo Lagardette, (1998) existe uma lei simples e eficaz para todo o processo jornalístico, a Lei da Proximidade. É através desta variável que o jornalista passa maquinalmente todas as suas mensagens ao público. O jornalista se quer atingir os leitores deve ter em conta: a orientação geográfica, conhecida pelos repórteres pela “lei do morto-quilómetro”, quanto mais próximo estiver geograficamente do acontecimento, maior importância adquire pelo leitor, a orientação afectiva e psicológica, tocando em instintos e sentimentos como violência, dinheiro, sexo ou morte, favorece a compra da notícia, todos, meios utilizados pelos jornais populares. O presente é prioritário em relação ao passado, mas apaga-se diante do futuro, a orientação político-ideológico-existencial, as questões humanas apaixonam sempre, se forem tratadas de forma objectiva e andando a par com a actualidade e, por fim, a orientação conhecida por vida quotidiana, os temas práticos que têm repercussões (positivas ou negativas) no nosso dia-a-dia, sendo muito procurados pelos leitores.

Muitas vezes a dificuldade é conseguir-se estabelecer a diferença entre interesses comuns, nossos ou dos nossos leitores.

Correia, (1997) defende que hoje o conhecimento aprofundado do público tende a ser substituído pelas estratégias das secções

comerciais e de publicidade, cujo objectivo é a conquista de audiências, mesmo que para isso se utilizem técnicas como o sensacionalismo, o da exploração das emoções e dos interesses mais primários, acabando por comandar as orientações gerais dos *media*.

Lagardette (1998) defende que um artigo de imprensa não é um romance policial: o suspense pode permanecer, mas nos motivos, nas causas do acontecimento e não na revelação. Deve sustentar o final da informação principal, porque o leitor acede directamente ao cerne da informação, à sua conclusão, por isso a técnica é a utilização duma “pirâmide invertida”.

Martins, em 2004, diz-nos que com a falta de transparência e de imediatividade, a mediatização anula a opacidade; e sem opacidade não há sentido. Numa época de “desagregação” de valores, de meios sem fins, as Ciências Sociais e os *media* não se devem esgotar em novidades, em notícias, na vida que se não vive, mas que apenas se exhibe. Vivemos na impossibilidade de apreender o mundo como experiência: parece que nos encontramos sempre fora do tempo, sentimos uma real impossibilidade de nos apropriarmos da nossa condição propriamente histórica.

Os desejados níveis de informação, cultura e participação dos cidadãos e não são possíveis sem a competência e empenho dos jornalistas. Para Alves (1996), um sistema de comunicação social livre faz parte integrante duma sociedade democrática e, nessa linha, não podem os *media* justificar as suas falhas, ou os seus desvios, porque o que está inerente é a sua não subordinação ao serviço social

que desempenha. As queixas da falta de qualidade dos *media* são tão antigas como eles próprios, são frequentes os protestos e críticas dirigidas ao funcionamento e aos conteúdos veiculados pela comunicação social; evoquemos Popper (1984) e a sua “lei para a televisão”, onde defendia que tínhamos que a impedir de se tornar uma arma destruidora da democracia.

Os desvios e as produções de fraca qualidades jornalística serão tanto mais notados quanto maior for a exigência da sociedade e, neste sentido, temos que pensar o exercício do jornalismo, do trabalho mediático, que implica na sua natureza, comportamentos éticos, em suma, a qualidade dos *media* depende da ética dos jornalistas (Alves, 1996).

Para Lagardette (1998) um bom jornalista é alguém que sabe escolher as suas fontes, que está associada à qualidade dos artigos e um jornalista eficaz deve ter constantemente os olhos abertos, ser curioso, deve estar activo vinte e quatro horas por dia, tudo o que apreende pode mais cedo ou mais tarde servir-lhe de substância.

Não germinando os conteúdos jornalísticos, os jornalistas têm que, incontornavelmente, procurar nos acontecimentos a sua matéria-prima, têm que se manter em contacto com aqueles que lhes proporcionam a substância do seu trabalho, as fontes de informação (Lopes, 2000).

Sendo o jornalismo um campo fundamental na produção e reprodução da vida social, segundo Pinto (2000), torna-se necessário analisar as relações que se estabelecem com as fontes de informação.

As fontes são pessoas, são grupos, são instituições sociais; as fontes remetem para posições e relações sociais, para interesses e pontos de vista, resumindo, as fontes a que recorrem os jornalistas são entidades implicadas e que desenvolvem a sua actividade a partir de estratégias bem delimitadas; e se existem notícias é porque existe quem esteja interessado em que certos factos sejam tornados públicos.

Nas últimas décadas foram constituídos campos do saber, instituições variadas e uma panóplia de profissionais, com o objectivo de se posicionarem como fontes estrategicamente colocadas na esfera dos *media* e, por consequência, serem consideradas fontes privilegiadas. Ponderemos as diversas formas de comunicação institucional, as assessorias de comunicação, os gabinetes de imprensa, as agências noticiosas, os conselheiros de imagem; existe hoje claramente instituída uma miríade e complexa teia de mecanismos e de saberes com o propósito assumido de utilizar e ser utilizado pela agenda mediática. A instância da mediação social que o jornalismo constitui, é disputada por fontes organizadas e profissionalizadas, que complexificam os processos de recolha e selecção (*newsgathering* e *gatekeeping*) dos factos das notícias e por conseguinte, os processos de construção da realidade social (Pinto, 2000).

Os trabalhos nesta área da selecção da matéria-prima e do papel do seleccionador mostram que o contexto organizacional é determinante nas escolhas que os *gatekeepers* fazem. O estudo de Breed, em 1955, sobre o controlo social das redacções, “*Social*

control in the news room: a funcional analysis”, mostrou que aparecem seis razões para que o jornalista se adapte à orientação do jornal: a autoridade institucional e as sanções; os sentimentos de dever para com a hierarquia, as aspirações à mobilidade profissional; a ausência de fidelidades de grupos paralelos; o carácter positivo do trabalho e o facto da notícia se ter transformado num valor. O jornalista na sua actividade quotidiana redefine os próprios valores ao nível do grupo de trabalho, ou seja, na teoria organizacional o que se destaca é o processo de socialização organizacional que vai influenciar o resultado ou as directivas jornalísticas (Breed, 1955).

É a relação entre a forma de organização do trabalho e a cultura profissional, que determina os critérios que fazem com que certos acontecimentos sejam notícia e outros não; a noticiabilidade é, justamente, a aptidão dos acontecimentos para responder a estes critérios, diferindo de cada redacção de informação (Carvalho, 2007).

Para Garbarino (citado por Wolf, 1995), entendemos por cultura profissional um:

“inextricável emaranhado de retóricas de fachada e astúcias tácticas, de códigos, estereótipos, símbolos, tipificações latentes, representações de papéis, rituais e convenções, relativas às funções dos *mass media* e dos jornalistas na sociedade” (p.168).

Este idealismo traduz-se numa série de paradigmas profissionais adoptados como naturais e, com base nestes, organizam-se todos os

processos produtivos, definindo-se o que faz ou não notícia, o serviço praticado pela comunicação social (Correia, 1997).

Fazendo a notícia o jornalista não pode esquecer as obrigações que se impõem a todos os redactores de imprensa, para que uma informação seja compreendida, primeiro deve ser lida e, para ser lida o seu estilo “tem que agarrar” o leitor e a melhor forma de o fazer é caminhar direito ao assunto (Lagardette, 1998).

Para Correia (1997) a produção da informação está longe de se reduzir à simplicidade do esquema linear; acontecimento, jornalista e notícia, nas diferentes fases da sua actividade (recolha, selecção, elaboração e edição da informação), a acção mediadora do jornalista acontece numa rede complexa de condicionalismos e constrangimentos, que com efeito, farão com que as notícias tenham determinado conteúdo assumindo determinados modelos e formas. Nesta confluência de factores estruturais e com esta multiplicidade de condicionamentos, o jornalista vê estabelecidos os parâmetros da sua actividade profissional.

O vasto tema da imprensa só pode ser abordado através dum contacto directo com os padrões formais do meio em questão. O interesse humano é um termo técnico que alude ao que acontece quando uma série de páginas de livros ou de artigos noticiosos são dispostos em mosaico, numa folha; a “*forma-livro*”, não é um mosaico comunitário ou uma imagem colectiva, é antes uma voz pessoal. O carácter confessional que está presente nos jornais, pela sua forma (independente do conteúdo), o efeito revelação de uma história

escondida, assim como a página de um livro revela o interior das aventuras psicológicas do autor; da mesma forma que a página do jornal revela a estória secreta da comunidade em acção e em interacção. É por isso que a imprensa cumpre melhor a sua função sempre que divulga o lado desagradável dos acontecimentos; as verdadeiras notícias são más notícias (acerca de alguém, ou má notícias para alguém). Em 1962, quando *Minneapolis* esteve durante meses sem jornais, o chefe da polícia disse: “ Claro que sinto falta dos jornais, mas no que ao meu trabalho diz respeito, preferia que nunca mais voltassem. Ocorrem menos crimes quando não existem jornais para os divulgar” (Mcluhan, 1964).

Aquilo que as pessoas procuram primeiro no jornal são as coisas que já sabem. Se testemunhâmos algum acontecimento, seja um jogo de futebol ou uma tempestade na neve, a primeira coisa que fazemos com o jornal é ler a reportagem sobre o assunto (Mcluhan, 1964).

Para os seres racionais, visualizar ou reconhecer uma experiência pessoal transposta para um novo material é um dos prazeres da vida, a experiência traduzida num outro meio proporciona uma deliciosa repetição do mundo anterior. O jornal reproduz a excitação que sentimos ao usarmos a nossa inteligência, as nossas capacidades intelectuais podemos traduzir o mundo exterior para o tecido do nosso próprio ser. Esta excitação de traduzir explica porque é que muitas pessoas desejam naturalmente usar os seus sentidos a todo o instante (Mcluhan, 1964).

Todos parecemos experimentar sentimentos contraditórios perante a comunicação; se, por um lado, a noção de que a comunicação exerce uma forte atracção na nossa sociedade, porque é percebida como um conjunto de valores positivos como o diálogo e o conhecimento, por outro lado, com a multiplicação dos meios de comunicar, sem obstáculos no que concerne ao espaço do público e do *voyeurismo* social, fomenta o individualismo e a própria solidão (Breton, 1992).

Correia (1997) refere que, para entendermos, em toda a sua profundidade e significado, as práticas e as relações sociais onde os agentes produtores de informação estão envolvidos, é necessária a ponderação dos factores que permitem o seu enquadramento social e histórico; enquanto fenómeno social, deve ser visto no quadro evolutivo da sociedade, deve ser tomado em conta as relações dialécticas da sociedade onde é produto e onde se inclui.

A noção de comunicação que, podendo ser utilizada em sentido amplo e com significados polissémicos (abrangendo qualquer relação de sociabilidade criada por acção ou interacção de fenómenos do conhecimento ou da emoção), permite distinguir diversos níveis. Nesta acepção, devemos observar de forma simplificada o que significa comunicação, informação e persuasão. Em sentido estrito, comunicação exige uma vivência ou experiência comum, um fluxo entre quem emite e quem recebe e a resposta. Já a informação pode ser definida como uma corrente unidireccional, não interferindo a eventual resposta / reacção à informação, na relação entre emissor e

receptor. Por seu lado, a persuasão, baseando-se num fluxo igualmente unidireccional, visa fomentar um estado, uma resposta ou uma reacção de aprovação ou aceitação. Frequentemente estas três dimensões, encontram-se estreitamente associadas (Rodrigues, 1999).

Nos anos Oitenta decorreram na Europa importantes mudanças que iriam ter grande impacto em Portugal. Sousa, em 2001, refere que os meios de comunicação até então estavam concentrados nas mãos do Estado; a noção de serviço público na esfera mediática foi dominada durante décadas e, salvo raras excepções, não era permitido a entrada de actores privados nos *media* electrónicos. Esta tradição europeia, bem distinta da norte-americana, foi claramente posta em causa e as pressões para abrir o mercado a novos actores intensificou-se. Estas transformações constituíram o pano de fundo no qual se podem ler as reformas estruturais que ocorreram no nosso país nos finais dos anos Oitenta e Noventa, no entanto, Portugal reunia também pela primeira vez, desde o 25 de Abril, as condições indispensáveis à mudança, com o seu primeiro governo maioritário em 1987, onde esta estabilidade contribuiu para a expansão do mercado e favoreceu o crescimento económico.

Para uma compreensão da realidade actual do nosso sistema mediático, Correia (1997) diz-nos que se torna emergente perceber a sua evolução entre os anos Oitenta e os anos Noventa; o panorama nacional modificou-se profundamente: era caracterizada pela existência de uma imprensa diária e de uma rádio que ocupava grande parte dos meios de comunicação e de uma televisão totalmente em

poder do Estado, alguns pequenos grupos económicos ligados a jornais ou a rádios, uma série de jornais políticos e partidários, uma imprensa especializada pobre e pouco diversificada, quatro jornais desportivos, três semanários, centenas de rádios locais que emitiam de norte a sul, uma *RTP* sem concorrência, em qualquer destes aspectos, a nossa realidade de hoje é bastante diferente.

Em 1986 deixa-se de publicar *A Tarde* (criada em 1979 em substituição do *Jornal Novo*), entre 1988 e 1992, desaparecem, o *Tempo* (1988), o *Diário* (1990), o *Diário de Lisboa* (1990), o *Diário Popular* (1991) e *O Jornal* (1992). Paralelamente, são criados o já extinto *Independente* (1990), o *Público* (1990), o *Diário de Notícias* é remodelado (em 1992 e em 1996), e o mesmo acontece com o *Diário Económico* (em 1995), em 1993 vai nascer a *Visão* (em substituição de *O jornal*) e nesta década ainda (1996) aparece o *Já*. Quanto às rádios, aparece em 1988 a *TSF* e a situação das rádios locais fica legalizada no final dos anos Oitenta, muitas acabando por desaparecer e o domínio pertencia às mais fortes. Quanto às televisões nos anos Oitenta a *RTP*, aumenta as suas horas de emissão dos dois canais, passando de 82 horas para 182 horas semanais e a partir do início dos anos Noventa, começam a transmitir a *SIC* e a *TVI*. Estes são alguns factos que permitem afirmar, que esta década abalou profundamente o nosso sistema mediático, através destes processos de mudança (Correia, 1997).

E nos últimos anos, com o advento da televisão digital terrestre assistimos a uma explosão de canais, sejam eles de entretenimento ou informação.

As transformações nos *media* trouxeram consigo uma nova forma de estes se relacionarem com as massas e de influenciarem a opinião do público. O desaparecimento da imprensa de tendência e a actual predominância da imprensa de referência e da imprensa popular, fez com que os *media* passassem a ter outras formas de veicular as mensagens (Correia, 1997).

Mesquita & Rebelo (1994) defendem que na imprensa de referência é privilegiado o tratamento de temáticas políticas, sociais, culturais ou económicas e que o género jornalístico que domina é o da reflexão e, por fim, quanto à forma do grafismo, distingue-se pela sobriedade e pelo distanciamento. Contudo, em muitos jornais de referência encontramos outras opções; estas características já não são unívocas embora este formato, conhecido como *broad-sheet*, esteja tradicionalmente associado à imprensa de referência.

A imprensa popular ou “tablóide” tem duas especificidades centrais, a primeira relativa à pouca importância das temáticas políticas ou económicas, enfatizando os temas desportivos, a escândalos e entretenimento popular, em segundo plano, este tipo de imprensa, dá atenção a aspectos da vida particular, de celebridades a cidadãos comuns, todos passam pelas folhas de informação (Sparks, 2000).

Segundo Ericson, Baranek e Chan (citados por Penedo, 2003), a imprensa popular procura a aceitação do público através dos retratos de realidade que constrói, aprofundando pouco os temas, tendo as suas colunas de opinião marcadas por um interesse na realidade local e através dum grande suporte de imagem; a imprensa de referência, por seu turno, contém *itens* mais extensos, artigos de continuidade e valoriza matérias complexas que afectam grupos económicos à escala nacional e internacional.

Para Breton, (1992) a grande força dos *media* reside na extrema homogeneidade entre os meios de comunicação e os valores que incorporam; neste sentido a sua mensagem principal é a importância da comunicação como valor central em torno do qual toda a sociedade deve organizar-se e, dentro desta perspectiva estão reunidas todas as condições para que a acção exercida pelos *media*, se torne finalmente invisível, mas a sua grande fraqueza consiste em que, de certa medida eles devem a sua existência apenas ao vazio que preenchem. Os *media*, hoje são incontornáveis, mas não são mais que um aspecto transitório da actividade humana, directamente ligado ao estado depressivo da ligação social.

“O acontecimento testemunha menos sobre o que traduz que sobre o que revela, menos sobre o que é do que sobre aquilo que provoca.

A sua significação absorve-se na sua repercussão;
é apenas um eco, um espelho da sociedade, um buraco”

(Nora, 1987, p. 256).

Capítulo II

Legitimação: a mediatização como representação de parcelas da realidade.

“Há que aceitar e trabalhar a realidade tal como ela é
e não como gostaríamos que ela fosse:
todos nós sabemos que não podemos pedir ao mar que não faça
ondas,
mas devemos aprender a navegar”
(Poiares, 2001 p.34).

Estamos numa época em que a perda de actualidade ou a exaustão das ideologias deu lugar a uma maior visibilidade dos fenómenos relativos à organização do poder político, a realização dos poderes fundamentais e ao funcionamento de instituições, como os tribunais. Não se tendo alterado as tendências comportamentais, o mito da transparência, influenciado pelo imediatismo, criou autênticas “sociedades de escândalos” (Rodrigues, 1999).

Os perigos para a mediatização da justiça que os *mass media* vieram potencializar são múltiplos: o excesso de informação, ao transmitir uma dimensão totalizante de factos, susceptíveis de estigmatização a grupos ou classes sociais, e a sofisticação do escândalo, pela amplificação desproporcionada dos factos, provoca fracturas na opinião pública e na realidade. A sobre penalização dos

arguidos, pelas formas de mediatização utilizadas, porque raro é o caso em que se chama a atenção para o facto de os arguidos serem considerados inocentes até prova em contrário, que é a decisão; a espectacularização da audiência, produzindo na comunidade sentimentos contraditórios de absolutização ou de banalização da justiça; a vulgarização da violência ou dos *modus operandi*, com os conhecidos perigos de adesão ou mimetismo; a conversão dos espectadores, ouvintes ou leitores em tribunal de opinião, com reflexos na produção de provas e nas expectativas da justiça; o uso de linguagem nem sempre ajustada à racionalidade do discurso jurídico (Rodrigues, 1999).

Fidalgo & Oliveira (2005) referem que quando a reportagem, em 2002, sobre o crime de abusos sexuais de menores da *Casa Pia* surgiu, estávamos ainda longe de saber que iríamos assistir a um dos mais mediatizados processos judiciais em Portugal.

Quando a investigação relançou o assunto que já tinha sido notícia nos anos Oitenta, o público reagiu de forma distinta. Os vinte anos de interregno reflectiram uma mudança de valores; um país saído de um regime ditatorial não reagiria da mesma forma do que uma sociedade com quase trinta anos de democracia e, por essa ordem, o volume de informação foi aumentando, o direito de informar e ser informado foi ganhando outra importância. A forma como hoje incidimos sobre os acontecimentos é, portanto, diferente, tal como é diferente a consciência social e aforam como o jornalista encara o seu papel (Santos, 2003).

Sousa, em 2003, refere que a notícia contenta-se em representar parcelas de realidade, até porque o nosso sistema linguístico não nos permite espelhar através da notícia o real. Correia (2005) defende que os *mass media* induzem consequências decisivas na constituição da sociabilidade; muitas vezes o problema traduz-se na selecção da informação que não faz referência à verdade.

Moreira (1994) a imprensa social é também um poder social, pode afectar direitos fundamentais do ser humano. A liberdade de imprensa que era uma manifestação individual de expressão e opinião, tornou-se cada vez menos uma faculdade individual de todos, passando a ser cada vez mais um poder de poucos. Hoje em dia, os meios de comunicação já não são a expressão da liberdade, revelam antes interesses comerciais e ideológicos de grandes organizações empresariais ou grupos de interesse. Devemos defender não só a liberdade da imprensa mas principalmente a liberdade face à imprensa.

Numa realidade altamente competitiva, com uma necessidade de conquistar público, os valores podem ficar “esquecidos”; porém neste caso (*Casa Pia*) tão mediatizado pelos órgãos de comunicação, foi conjugado o valor mediático e o valor social: um tema humano (portanto, vendável) e que fez com que os jornalistas sentissem que estavam a cumprir o seu papel; a denúncia e a procura da verdade (Santos, 2003).

Atravessados pela problemática da dualidade relacional entre justiça e os *media*, os diferentes casos mediáticos entre 2000 e 2004

tornaram explícito o confronto entre dois campos autónomos e confluentes, a nível global, na lógica de funcionamento e a nível específico, à acção dos seus protagonistas. Mantém-se, por um lado, uma indispensável coexistência e uma necessária independência. Magistrados e jornalistas cruzam-se no interesse do mesmo objecto – o conflito ou a dissonância – porém os terrenos onde agem são obrigados a preservar a respectiva autonomia e a evitar que os objectivos, as estratégias e os instrumentos de trabalho de um e de outro, se confundem (Fidalgo & Oliveira, 2005).

Rodrigues, em 1999, refere que tanto a justiça como a comunicação social, encontram-se unificadas quanto ao objecto, a reconstituição da realidade, mas substancialmente afastadas quanto aos seus estatutos, objectivos e métodos. A actividade da justiça e as formalidades dos julgamentos, reproduzem as características das tragédias gregas (unidade de tempo, de lugar e de acção), dando aos órgãos de comunicação social a possibilidade de, com economia de meios, visarem, ao mesmo tempo, a peça (o facto e os seus agentes) os actores (o tribunal e os intervenientes em todo o processo) e o público (audiência). Não devemos esquecer a parte emocional implícita no processo o valor de mercado desta produção jornalística resulta igualmente da natureza dum processo judicial que permite a reconstituição de sentimentos emocionalmente fortes: o herói, o vilão, a coragem e a cobardia, o arrependimento, a paixão, o terror, o medo, o poder e a morte.

Os *media* não podem, pois, alhear-se de um dos sectores mais importantes e sensíveis para o bom funcionamento do estado democrático, o poder judicial, onde desaguam frequentemente casos de grande repercussão pública e de inquestionável interesse para as massas. A omnipresença da informação mediática no espaço público implica uma subsistência ajustada por interesses mútuos: a justiça não pode, ou não deve, funcionar encerrada numa espécie de torre de marfim, sob pena de ficar comprometida a sua responsabilização perante a sociedade e a comunicação social não pode, ou não deve, furtar-se a informar sobre procedimentos magistrais, sob pena de não cumprir o seu papel de “vigilância” ao Estado (Sousa, 2003).

Sobre as influências recíprocas entre justiça e comunicação social, Fidalgo e Oliveira (2005) defendem que a justiça se arrisca a não ser justa, se for administrada com o imediatismo temporal dos *media* ou com o seu apelo concomitante à espectacularização ou ainda, com a sua pressão em satisfazer o máximo de audiências com o mínimo de custos. Todavia os *media* arriscam-se a trair a sua vocação e a inevitável responsabilidade social, se confundirem investigação jornalística com investigação policial. Uma comunicação social com volições justiceiras, seria, na realidade, tão inadequada e perigosa, como se tivéssemos polícias e tribunais preocupados, antes de tudo o resto, com a sua imagem e o seu impacto mediático.

Da parte da magistratura, é urgente repensar modelos ultrapassados e encontrar pontes como a comunicação de massas, que dêem lugar a uma lógica de cooperação, que se traduzam numa

coerência de atitudes e não apenas num discurso circunscrito a actos isolados. A ideia de gabinetes de imprensa é necessária, mas reclama, no interior das magistraturas, alguma reflexão quanto ao tipo de informação que o actual sistema de informação permite disponibilizar. Da comunicação social espera-se um esforço suplementar de auto-regulação que atenda ao quadro legal, às idiossincrasias da justiça e ao próprio pluralismo interno das organizações e empresas jornalísticas (Rodrigues, 1999).

Abreu, em 2004, sustenta que se devem estabelecer pontes entre linguagens e discursos diversos, para que as relações entre estes dois mundos não sejam de defesa ou de desconfiança, outras de temor ou de afrontamento, ou frequentemente conflituosas, devem antes, ser relações profícuas no sentido do aumentar gradualmente e efectivamente uma cidadania mais informada e mais reivindicativa.

O autor defende ainda que uma sociedade melhor informada, mais culta e plural; mais verdadeira, transparente e tolerante; uma sociedade equitativa e justa, pressupõem uma ampla liberdade e sentido de responsabilidade e, portanto, na tarefa “do dar a conhecer”, a imprensa e a máquina judicial devem fazê-lo sem manipulações.

Vários factores interferem na notícia: a natureza pessoal, social, ideológica, história e do meio tecnológico Sousa, (s/d) ou, como defende Luhmann (2000), a informação que provém dos media parece estar elaborada por um tecido auto-reforçado que se tece a si mesmo.

As teias dos *media* estendem-se a diferentes domínios manipulam a opinião pública; os contornos desta influência perdem-se de vista,

afectam e infectam as nossas forças de segurança pública, os legisladores e os decisores que “queridamente” mantêm a ordem social, e o “amestramento” da nossa sociedade.

Como referem Dias & Andrade (1997), o crime e a consequente punição, mais ou menos institucionalizada, mais ou menos dramatizada ou ritualizada, constituem uma propriedade invariável da ordem social: importa perceber a que tipo de necessidades sociais responde o fenómeno criminal.

É necessário um trabalho de colaboração entre justiça e comunicação social, baseado no entendimento, mas principalmente no respeito recíproco; tal não significa só cumplicidades inaceitáveis ou demissões das respectivas responsabilidades, esta interdisciplinaridade é necessária e urgente (Fidalgo & Oliveira, 2005).

A convivência entre justiça e comunicação social deve assentar em reas de civilidade e de respeito mútuo, de uma humildade recíproca e activa, que saiba ouvir e compreender (Rodrigues, 1999).

Com ritmos muito distintos, os campos da justiça e da comunicação social partilham diariamente a dificuldade de regular os seus procedimentos. Tradicionalmente lento, o tempo da justiça tem óbvias dificuldades no acompanhamento do ritmo urgente dos *media*. Como refere Sousa (2003), o tempo da justiça é de longa duração e o tempo mediático acontece ao minuto. O tempo dos *media* não se compadece com o da justiça e isso pesa cada vez mais, com a evolução das tecnologias (facilidade dos directos televisivos,

atualização das matérias *on-line*, rapidez das transmissões) a que temos assistido, basta pensarmos nos títulos dos jornais que antecipam as decisões judiciais, ou os “directos” às portas dos tribunais, procurando avançar matéria que permanece, por natureza, inconclusiva. Paradigmáticos neste contexto, casos como “*Casa Pia*”, “*Caso Maddie*” ou o mais frequente “*Caso Bes*” esgotaram até à exaustão todas as fórmulas mediáticas para contornar o tempo dos procedimentos judiciais, e alimentar audiências ávidas de novidade.

Silva (2003) refere que, em contrapartida, a justiça deve resistir à tentação da verdade prematura, cujos perigos conhece e por isso submete-se a um tempo ordenado pelo processo, sujeito a regras, a prazos, à ponderação exigida pelo julgamento de facto. Ou, como afirma Pereira (2007), a justiça carece de serenidade, e justiça popular deu sempre mau resultado e confunde-se com vingança privada.

Mesquita, em 2003, defende que os efeitos perversos que alguns casos mediatizados provocam na opinião pública, são por si só, espelho do melindre em que se reveste a comunicação social e, entre justiça, opinião pública e os *media* existe uma distância essencial, que não pode ser subvertida e, que será tanto mais respeitada na sua autonomia quanto mais transparente e cooperante acontecer a sua inter-relação.

Barros (2003) relata um episódio que foi referido no núcleo de Psiquiatria Forense e Psicologia Jurídica da Universidade de São Paulo. O autor conta que um doente que tinham internado a cumprir a medida de segurança tinha morto um homem. O motivo dado pelo

doente interno foi que, dessa forma, apareceria na televisão e nos jornais. E teve sucesso: os jornais e televisões fizeram a total cobertura do caso, surgindo nas aberturas de telejornal e primeiras páginas de jornais diários da cidade. Refere que este acontecimento relata em pleno a potencial indução de novos crimes ou vagas de crime a partir do sensacionalismo dos *media* e as consequências de todo o complexo processo social.

Ao longo do tempo alterou-se o modelo de relacionamento entre o sistema judicial e os cidadãos: até aos anos Setenta as pessoas achavam legítimo, num país com elevados níveis de analfabetismo, que os tribunais praticassem uma linguagem ininteligível. Gradualmente, tornamo-nos mais exigentes e todos se sentem agora atingidos pelas decisões judiciais, no geral. Esta mudança é positiva, o público percebeu que a Justiça lhes diz respeito e que constitui um direito fundamental de cidadania; porém, devemos evitar os procedimentos que fomentam as justiças populares; de todo o modo, o sistema de justiça precisa de aprender a ler os sinais do tempo. Se os jornais noticiam um homicídio, os leitores vão logo querer saber, como, quem e porque matou; o segredo da justiça continua a servir para preservar a investigação e os direitos das pessoas envolvidas, porém o segredo apenas compete à justiça, e os órgãos de comunicação social dissecam as matérias judiciais e violentas, que vendem (Pereira, 2007).

Quando pensamos hoje o crime e toda uma sociedade, podemos perceber as consequências que os meios de comunicação social podem

ter (Roché, 1993; Machado, 2004), como as mães e pais do mundo inteiro que sofrem o sentimento de insegurança tão apelado nos órgãos de comunicação social. Basta pensarmos no recente caso da criança inglesa que desapareceu no Algarve e tudo o que se disse, escreveu e viveu à volta deste desaparecimento; todos parecem ser “cientistas”, especialistas, teóricos e até mesmo “explicadores” do sofrimento alheio e portadores de “bolas de cristal” adivinhadoras. Podemos ainda referir o caso conhecido como “assalto ao Bes”, toda a fomentação e estigmatização que se fez em redor deste caso, a influência nefasta que poderá ter tido nas nossas representações social, relativas aos fenómenos criminais.

A noção de audiência, segundo Carvalho (1997) nasce com as primeiras formas de espectáculo em espaços públicos: era o conjunto de espectadores a quem o espectáculo era dirigido. Assumiram diferentes formas ao longo da história; segundo Mcquail, (1994) a audiência tinha características que é importante hoje realçar, estava localizada no espaço e no tempo, os actores dirigiam-se de forma directa ao público, existia durante o espectáculo, com interacção entre eles e por fim esta audiência era um grupo aberto, público.

Carvalho (1997), diz-nos que esta forma de audiência ainda hoje existe, porém com a evolução da tecnologia aparecem novas audiências, a invenção da imprensa levou ao surgimento de uma audiência, dispersa no espaço e no tempo; o jornal pode ser lido em diferentes cidades em simultâneo, e em qualquer local. O modo de comunicação directa tende a desaparecer, e as relações entre o público

e a fonte passou a ser mediada por uma nova tecnologia, seja o papel impresso ou a televisão.

Segundo Katz (1979), existem três tipologias de acontecimentos mediáticos: as missões heróicas, onde a notícia deslinda a estória de um herói numa missão de exploração ou de reconciliação em nome da humanidade; em segundo plano, aparece-nos a ocasião de estado, quando os acontecimentos marcam o fim ou o princípio de uma era, e o terceiro tipo de acontecimento mediático, o mais familiar, a competição, são casos onde a rivalidade tradicional é posta em prática perante a luta de audiências.

Para Fiske, (1990) as audiências são activas, os receptores não são passivos, eles seleccionam e usam os conteúdos das mensagens mediáticas; os membros de uma audiência escolhem livremente os programas que melhor respondem e gratificam as suas necessidades e, por fim, os juízos de valor devem ser ultrapassados, não importa dizer que um assunto não presta; se vai ao encontro de milhares ou milhões de pessoas, então torna-se útil.

Lagardette (1998) refere que os jornais, ao hierarquizar as informações que relatam, optando por publicar uma notícia em detrimento de outras, dão uma visão lógica do mundo. O leitor encontra assim uma referência, um apoio, uma imagem de si próprio, que sabe partilhada por milhares de pessoas semelhantes.

O discurso de opinião no jornal e a discussão que provoca e de que é reflexo, tem diversas funções de mediação cultural, a de (re)criação do real, a de consagração do jornal como actor

institucional e interventivo na vida social e na política do país e por fim, a função de formar a opinião dos líderes. O jornal funciona como mediador ideológico, o discurso de opinião populariza temáticas que estavam reservadas a minorias de elite, construindo-se a partir dos discursos já existentes, assumindo-se como lugar estratégico e privilegiado de produção de realidade.

A partir dos anos Oitenta a investigação sobre meios de comunicação social começou a relativizar os resultados das pesquisas que haviam solidificado a hipótese dos efeitos mínimos (Klapper, 1960) para acentuar o papel dos meios de comunicação social na organização dos ritmos de vida, na activação da saliência de determinados acontecimentos sociais, na produção do esquecimento de outros e, ainda, na construção de atitudes e representações. A perspectiva teórica do estudo que orienta a conceptualização das representações sociais sublinha o papel activo dos actores sociais na sua produção: esta orientação não pode fazer esquecer a relação entre as representações sociais e as configurações culturais dominantes e, a dinâmica social no seu conjunto (Vala, 2000).

É através do jornal que a sociedade se manifesta, pois o jornal é um local de confluência de múltiplas vozes, o relevo dos jornais como criadores de realidade é desvendado pelas inter-referências identificáveis nos seus artigos, onde a repetida e constante retoma de títulos ou citações de anteriores artigos, aparecem como elementos motivadores de resposta, alimentando polémicas, respondendo à argumentação com contra-argumentação (Ramos, 1996).

Tuchman (1971) afirma que devido às diversas pressões a que o jornalista está sujeito, ele tem de se proteger e ser capaz de afirmar que é um profissional objectivo, tem de desenvolver estratégias que lhes permitam fazer o seu trabalho, para que as notícias que escreve, sejam imparciais, impessoais e objectivas.

Sendo a informação fornecida pelos media uma construção do real, o jornalista mostra o que os seus olhos vêem e apreendem e nunca mostra a realidade: o escritor, quando escreve, revela o seu mundo interior, o que os mass media mostram do real é a sua percepção interior, pessoal e secreta desse mesmo real (Letria, 2001).

Segundo Dias (2001) na imprensa em geral e na escrita em particular, existe propensão para a interferência direccionada das audiências. Pesquisas levadas a cabo em diversos países defendem que existe uma influência estereotipada da imprensa, relativas a diferenciação sexual, evocação de estereótipos inter-raciais, desqualificação da mulher, imagem negativa de imigrantes, diferenciação étnica e distorção da informação.

Relativamente à violência inter-racial, Fair (1991) realizou um estudo, uma análise de conteúdo a notícias provenientes dos jornais *Los Angeles Times*, *The New York Times* e *The Washington Post*. Os resultados mostraram que a imprensa evocava estereótipos de tribalismo, ignorando frequentemente as raízes dos problemas económicos e políticos que estavam na base dos fenómenos, fomentando uma imagem de lei e ordem. De acordo com Indra (1981), a imprensa tem um papel importante na criação e manutenção de

estereótipos étnicos. Realizou um estudo no Canadá, onde analisou o conteúdo de diferentes jornais entre 1905 e 1976; os resultados foram impressionantes do ponto e vista de estereótipos sobre as minorias étnicas (citados por Dias, em 2001).

No estudo da comunicação de massa tem havido um debate contínuo sobre os efeitos mais ou menos poderosos dos *media* no público; o poder não se restringe à influência dos *mass media* nas suas audiências, envolve o seu papel no panorama das estruturas sociais, culturais, políticas e económicas da sociedade (Dijk, 2005). Esta abordagem defende que para perceber o papel da imprensa, temos que observar detalhadamente as estruturas e as estratégias discursivas e os modos como se relacionam com os dispositivos institucionais e por outro lado como se relacionam com as audiências. Numa perspectiva mais crítica, as análises ao poder dos *media* implicam usualmente referências ao abuso de poder, à manipulação como forma de accionamento do poder mediático. Os resultados são negativos, porque a informação manipulada, aparece nos *media* de forma tendenciosa e até oculta.

O conceito de estereótipos surge pela primeira vez nas Ciências Sociais com Lippman (1922). Sobre a formação da opinião pública, define os estereótipos como imagens mentais sobre a realidade em que se inserem, sob a forma de enviesamentos, entre o indivíduo e a realidade. Segundo o autor, formam-se através dos sistemas de valores do sujeito e têm como funções a organização e a estruturação da realidade. Os meios de comunicação social, nomeadamente a

imprensa, têm uma elevada responsabilidade na formação dos estereótipos, devido à forma simplista e manipulada como descrevem os factos ou determinadas minorias étnicas. E estas generalizações abusivas, irracionais e perigosas só podem ser mudadas, com uma longa educação crítica no decorrer dos tempos (citado por Gleitman, 1999).

Cabecinhas, (2002), refere que, se por um lado, os estereótipos são instrumentos que nos ajudam a simplificar, organizar e prever o mundo que nos rodeia, por outro, podem ter consequências nefastas a nível das relações intergrupais. Katz e Braly, citados por Marques e Paéz (2000), referem que os estereótipos são transmitidos pelos agentes sociais, tais como a família, a escola ou os meios de comunicação social, o que explica o consenso existente em relação aos grupos sociais.

Muitas das investigações sobre imigração na imprensa mostram que a maioria das notícias sobre imigrantes menciona detenções e processos criminais, projectando-os como uma ameaça (Silveirinha e Castro, 2004).

O papel que os *media* têm na reprodução da xenofobia é marcante. Para Dijk, em 1993, isto acontece devido às relações de poder que desenvolvem com outras elites institucionais, e ainda por causa da sua influência estrutural na formação e alteração das crenças colectivas.

Em Itália, D'Amato (1978) procedeu a uma análise de conteúdo em diferentes jornais em quatro décadas (entre os anos quarenta e

setenta), para determinar os estereótipos das mulheres nos artigos sobre crime violento. Os resultados deste estudo mostraram que o crime contra as mulheres é cometido por homens, mas as mulheres são frequentemente descritas pela imprensa como culpadas de incitar o acto violento; mesmo em crimes de carácter não sexual, existe frequentemente nos jornais conotação à sexualidade das mulheres; quanto aos homens, a violência é apresentada em termos do exercício do poder, frustração e agressividade; as mulheres são descritas como propriedade dos homens e quando submetida à violência, é frequentemente apresentada como culpada. Outro estudo apresentado por Smith, em 1980, revela que a imprensa inglesa continua a projectar uma imagem estereotipada da mulher, o autor refere que a mulher continua a ser caracterizada como dependente, frágil e associada ao conforto doméstico e às tarefas familiares (citado por Dias, 2001).

Segundo Dijk (2005) muitas investigações feministas têm mostrado a prevalência do machismo na mediatização, mesmo hoje, onde mulheres fazem parte das equipas de jornalistas e de programas de televisão, a discriminação continua presente. Para o autor, a cobertura noticiosa do género mostra, tal como nos grupos étnicos, que os jornalistas e os *media* são pouco diferentes de outros grupos de elite e, esse poder não é desafiado pela comunicação social, campo este dominado pelos homens.

Fiske (1990), defende que existem significações que não se localizam no próprio texto noticioso. Ler não é a mesma coisa que

utilizar um instrumento para abrir uma mensagem, as significações produzem-se nas interações entre texto e audiência; e quando nos reconhecemos como destinatários, reagimos à comunicação, participando na nossa própria construção social e por isso, ideológica.

O jornal, sendo organizado no espaço, pode publicar muitas histórias e muitos mais textos do que a maioria dos leitores pretende ler; mas, procurando uma identificação, os seus assuntos são como um *menu à la carte*, pelo qual o leitor passa rapidamente os olhos escolhendo a sua “refeição” de acordo com as suas disponibilidades e interesses. Por isso quando pegamos num jornal os assuntos são tão diversificados, não são para ser lidos integralmente por um único leitor. E, por consequência, encontramos na imprensa e num mesmo jornal uma qualidade solta, aberta e discursiva do conteúdo e na própria estrutura, tornando-o o mais abrangente possível (Schudson, 1982).

É acontecimento tudo aquilo que irrompe na superfície lisa da história de entre uma multiplicidade aleatória de factos virtuais. Pela sua natureza, o acontecimento situa-se, portanto, algures na escala das probabilidades de ocorrência, sendo tanto mais imprevisível quanto menor provável a sua ocorrência, e em função da maior ou menor previsibilidade que um facto adquire o estatuto de acontecimento pertinente do ponto de vista jornalístico; por isso se diz: se um cão morde um homem, não tem interesse para se tornar notícia, mas se um homem morde um cão tem forte possibilidade de integrar o discurso jornalístico (Rodrigues, 1988).

Durante séculos foi a dramaturgia de Aristóteles (384-322 a.C.) que perdurou, com a função de envolver o espectador emocionalmente, ao ponto de ele perder a sua capacidade de distinguir a realidade da ficção (Filho, 2003). Não poderíamos pensar hoje algumas das estratégias sensacionalistas da comunicação sob este ponto de vista?

De acordo com Rodrigues (1988), o próprio discurso do acontecimento emerge como notável, a partir do momento que se torna um dispositivo de visibilidade universal, assegurando a identificação e a notoriedade do mundo, das pessoas. O próprio discurso jornalístico é um dispositivo de notabilidade.

Todos nós precisamos de notícias; segundo Molotch & Lester (1974) na vida quotidiana as notícias contam-nos aquilo a que nós não assistimos directamente. Assim, as notícias aparecem como resultado desta necessidade invariante de relatos inobservados, desta capacidade de informar os outros, e do trabalho de produção daqueles que estão nos *media*.

O desvio do avião, a explosão de raiva ou de dor captados em directo pelas objectivas mediáticas são exemplos de irrupções de meta-acontecimentos que têm nos próprios dispositivos de informação, a fonte e a urgência. O excesso, a falha, a inversão são apenas “registos pretextos”, formas referenciadas simuladoras das figuras discursivas que definem os meta-acontecimentos; estas continuam a dar-se como factos, mas a sua emergência é toda ela

inscrita na ordem do discurso, na sua visibilidade simbólica da representação cénica (Rodrigues, 1988).

Douglas & Wildwasky (1982) referem que muitos dos nossos medos são reflexo da informação por nós processada acerca do mundo que nos rodeia:

“temos medo de pouca coisa: apenas da água que bebemos,
do ar que respiramos e da comida que comemos,
da terra em que vivemos e da energia que usamos”
(p.5).

No nosso quotidiano, quando tomamos decisões diariamente, sejam de menor ou maior valor, somos obrigados a fazer alguma avaliação do risco. A percepção de risco refere-se à avaliação subjectiva do grau de ameaça de um determinado acontecimento, refere-se sempre a uma fonte de risco, seja tecnológica ou a uma actividade ou a um acontecimento, por exemplo, um sismo, uma guerra ou um homicídio. A percepção de risco inclui sempre uma dimensão de incerteza associada a uma avaliação das probabilidades de ocorrência do facto (Lima, 2005).

Para Slovic (1993), a Psicologia individual não consegue analisar de forma adequada a percepção do risco e do conflito acerca do risco. Para compreender este fenómeno, é necessário uma perspectiva mais abrangente e que inclua diferentes factores de pesquisa e fundamentalmente considere a abordagem de interacção social.

Frias, em 2004, refere que o sentimento de insegurança, mais que um produto das variações da criminalidade, deve sobretudo ser

entendido como expressão de uma representação social, influenciada por múltiplos factores, como as características sócio-culturais dos indivíduos, bem como a falta de confiança nas forças policiais ou, por fim, uma maior dificuldade em lidar com pessoas vindas de outros países, estando associados à construção do sentimento de insegurança.

Considera-se que o “sentimento de insegurança” (Roché, 1993) se estrutura mais a partir de percepções subjectivas dos factos acontecidos, e menos de percepções objectivas quanto à proximidade do perigo ou do risco da violência e do crime. Os estudos realizados por Graber (citado por Machado, 2004), dizem-nos que os *mass media* aparecem frequentemente indicados como fonte da informação sobre o crime e consequente sentimento de insegurança. Deslindando mais uma vez a influência que os *mass media* exercem sobre a opinião pública.

O crime sempre foi matéria noticiável. Pensemos agora sobre as consequências da mediatização dos fenómenos criminais, se os *mass media* influem na forma como construímos a nossa realidade social, a nossa percepção de risco e o sentimento de insegurança aparecem afincado a todo este processo.

James (1993), refere que o medo do crime não se reporta a um momento em particular, circunscrito num espaço ou num tempo, expõe antes uma forma de pensar, de sentir e agir. São estados afectivos, mais transitórios ou permanentes, que variam de pessoa para pessoa de acordo com as situações percebidas (citado por Gabriel & Grave, 2003).

Garófalo (1981), define o medo do crime como uma reacção emocional, que é caracterizada por uma sensação de perigo, devido em grande medida às ameaças sentidas quando os sinais parecem estar associados ao crime.

Estreitamente associado com o termo insegurança, aparece sistematicamente o conceito risco. Segundo Cotta (2005), o risco é hoje em sentido técnico, uma mediação da incerteza; indica a probabilidade, com uma margem de erro segura, mostrando a extensão das ameaças que pairam sobre um grupo devido a factores particulares, ou seja, o risco é uma noção construída socialmente, eminentemente variável no espaço e no tempo. Para Breton (1995) implica uma forte conotação afectiva e é influenciada pelo discurso social e cultural.

Valério, em 2006, refere que a Criminologia, enquanto Ciência que estuda os fenómenos associados ao crime, ou como refere Cusson (2006), Ciência que procura tornar inteligível os comportamentos e as instituições, como Ciência que procura descrever, compreender e explicar os fenómenos criminais, tem-se debruçado sobre as questões ligadas ao sentimento de insegurança. Segundo Frias, em 2004, o sentimento de insegurança, mais que as interpretações de fenómenos criminais dos indivíduos, remete-nos para uma representação social do contexto onde se inserem ou, como sustenta, Sá, em 2000, este sentimento além de estar associado ao crime está ainda relacionado com uma série de fenómenos que caracterizam a sociedade actual.

Poiares & Crugeira (1999), afirmam que:

“a formação da opinião pública nos territórios da criminalidade atravessa um trajecto sinuoso, por vezes eivado de preconceitos, fruto de representações anteriores de diversos fenómenos, linearmente identificados com os delitos e os delinquentes”
(p.31).

Para Katz (1979) o ritual e a resposta emocional de um mundo expectante de notícias, é motivo suficiente para mediatizar acontecimentos.

Sendo o discurso uma mera representação das coisas, o meta-acontecimento, afinal o “acontecimento-feito-notícia”, é um discurso feito acção e uma acção feita discurso (Rodrigues, 1988), no discurso jornalístico, o acontecimento constitui o referente de que se fala, o efeito da cadeia dos signos, uma espécie de ponto zero da significação, por isso, uma das regras práticas do jornalismo consiste em afirmar que a opinião é livre, mas que os factos são soberanos.

Existem factos (Austin, 1970) que além de fazerem aquilo que fazem enquanto são também uma locução, produzem qualquer coisa “pelo facto de” dizerem. Os *mass media*, ao colocarem em evidência os factos, dando-lhes notoriedade pública, amplificam indefinidamente o âmbito e o alcance das transformações que operam no mundo (citado por Rodrigues, 1988).

Frias em 2004, chama-nos à atenção para o facto de, à semelhança com o que acontece um pouco pela Europa, também em Portugal, que as questões relacionadas com a criminalidade, a

violência e a insegurança tenham vindo a ser objecto de debate e de preocupação generalizada, por parte dos mais diversos actores sociais, sejam partidos políticos ou a imprensa. E, com base num estudo que realizou, *A construção social do sentimento de insegurança em Portugal na actualidade* (Frias, 2004), afirma que a imprensa é a forma através da qual os participantes na investigação mais tomam conhecimento dos crimes que maioritariamente os afectam no seu sentimento de insegurança, com excepção dos crimes de assalto a residências ou furto a automóveis, que declararam tomar conhecimento através de outras pessoas. Ainda neste estudo, os crimes que foram destacados como causadores de maior sentimento de insegurança foram, o homicídio, o assalto a residência, o tráfico de droga e a violação.

Poiares (2001), diz-nos que da criminalidade conhecida fez-se a criminalidade fantasiada, com lucros vários; de repente o crime começou a compensar.

O crime aumenta as taxas de medo e desconfiança, inviabilizando a interacção e a convivência, pondo em causa os valores fundamentais em que assenta uma dada organização sócio-económica. Não podemos esquecer o postulado da normalidade do crime, nem a capacidade da sociedade para absorver ou tolerar certos níveis da criminalidade (Dias & Andrade, 1997).

Para Cotta (2005), a criminalidade provoca elevados danos materiais e consequências negativas a nível psicológico, que reduzem por consequência, a qualidade de vida das pessoas, porque o crime

pode fazer aumentar os sentimentos de medo e desconfiança que inviabilizam, por sua vez, a existência de valores e práticas fundamentais a todo o ser social.

Segundo Ferreira (1998) os crimes, ao contrário dos acidentes, não são encarados como uma fatalidade, mas sim como agressões negativas aos valores, às leis e normas na ordem social, promovendo a desordem. As conjunturas marcadas com instabilidade social, provocam, entre outras consequências, um maior desejo de segurança. E a grande questão vai centrar-se na intolerância ao crime, aumentando o sentimento de insegurança, esperando-se uma repressão severa do criminoso.

Pereira (2003) sustenta que na sociedade actual, a panóplia de meios de comunicação de fácil alcance o permite que a informação esteja à distância de um botão, e que frequentemente esta informação, na forma como é transmitida, causa angústia e medo, tanto em adultos como em crianças. A partir dum estudo realizado pela mesma autora em 1999, “A televisão na família”, defende a importância da mediação parental em relação às diferentes experiências quotidianas das crianças, nomeadamente relativas às suas experiências televisivas.

Murray (citado por Monteiro, 1999), refere que estudos sobre os efeitos da exposição à violência televisiva, mostram que existem consequências directas nos comportamentos; sujeitos em qualquer idade, expostos a muita violência televisiva recorrem mais facilmente a comportamentos agressivos para resolverem conflitos e/ou podem tornar-se menos sensíveis à dor e ao sofrimento e mais tolerantes à

violência social, mostrando assim que nestes indivíduos podem existir uma dessensibilização face à violência.

O exagero e a ampliação do crime e da violência pelos *mass media*, tem sido referenciada por variados estudos (Romer, Jamieson & Aday 2003), salientam a sua divergência com a frequência real deste tipo e crimes.

Quanto à presença de violência nos meios de comunicação social, as principais referências indutoras de opinião foram a televisão e a imprensa escrita e as opiniões mostraram que a ideia de que a violência veiculada pelos/nos meios de comunicação social tem vindo a aumentar (AACS, 1993)

Durante milénios, através de formações sociais bem distintas, a violência e a guerra foram valores dominantes, a crueldade manteve-se com legitimidade tal que pode funcionar como ingrediente dos prazeres mais requintados (Lipovetsky, 1983).

Um estudo de opinião realizado pela Alta autoridade para a comunicação social (1993), diz-nos que a aceitação da violência na comunicação social como reflexo ou expressão da violência do mundo, não significa, obrigatoriamente, que os cidadãos detenham sobre ela uma atitude permissiva, sem qualquer componente crítica; no entanto, o acesso ao conhecimento (e ao sentir) de toda a violência encarada como intrínseca ao meio envolvente, e em grande parte, a ser imputada à acção dos próprios *media*, no papel de meio de informação que lhe é conferido e mesmo exigido. A opinião generalizada de todos os participantes neste estudo é que a violência do mundo transmitida

aos espectadores pela comunicação social, a qual reflectindo essa realidade, acaba naturalmente por implicar para própria características de violência (AACS, 1993).

Matos (2006) diz-nos que a problemática da violência apresentada pelos *media*, apesar de não ser recente, mantém-se actual e renovada e, portanto, merecedora da atenção dos investigadores. Para este facto contribuem vários factores: as cenas de violência persistem como um dos ingredientes de vários géneros televisivos, a violência na comunidade continua a ser uma preocupação, extrapolada ou não, pelas notícias veiculadas pela comunicação social e, depois de décadas de pesquisa, este tema permanece controverso.

Todos os dias lemos e ouvimos nos *mass media* “fonte próxima que não se quis identificar”; diariamente aparecem notícias mentidas e desmentidas pela comunicação social. Segundo Carvalho (1999), é emergente um trabalho junto das gerações mais jovens, para que consigam aprender o que é uma informação, opinião, propaganda, persuasão e contra-propaganda, de modo a que deixe de ser necessário recorrer a polémicas refutações e desmentidos, onde maiorias são condicionadas por minorias especializadas em mensagens deturpadas, no vandalismo e na agressão psicológica.

A mentira e a verdade surgem como ponto de chegada e não como ponto de partida na comunicação social: a sinceridade, a fidelidade e a ética são muitas vezes “esquecidas” pelos *media*, nas suas práticas.

Balle (2003) refere que:

“ a resistência aos media é tanto maior quanto se julga que são todos poderosos e capazes de modificar à sua vontade as opiniões ou os comportamentos das pessoas; por outro lado, não se lhes opõe nenhum antídoto, quando se imagina que são perfeitamente inofensivos. Nisto reside o mistério ou a ironia do “poder” dos media: é tanto maior quanto se pensa que é fraco, tanto mais restrito quanto se julga ilimitado” (Balle, 2003, p.105).

Matos (2006) enuncia que a melhor atitude face aos *media* será a de procurarmos continuamente conhecê-los; conhecer o modo como actuam, conhecer o modo como os utilizamos e, sobretudo, conhecer o que esperamos e desejamos em relação a eles. A avaliação de um comportamento agressivo varia também com os dados que conhecemos acerca do agressor, tais como a sua idade, o sexo, o nível sócio-económico e os seus antecedentes. Como afirma Leyens (1986): é mais fácil considerar agressivo um delinquente do que um não delinquente.

Não conseguimos medir o sentimento de insegurança na sua totalidade, porque nele estão envolvidos diferentes factores psicossociológicos, Roché (citado por Cotta, 2005) afirma que o sentimento de insegurança é um processo de leitura do mundo circundante, apodera-se dos indivíduos como uma síndrome de emoções (medo, raiva, ciúme) cristalizadas acerca do crime e dos seus

actores. Mas é fundamental não esquecer que a pessoa não precisa de ser vítima, ou ter contacto directo com a vítima, para sentir medo ou insegurança acerca de determinado crime: basta uma interpretação pessoal dos factos (Cotta, 2005).

O crescimento acelerado das cidades, segundo Rêgo (2007), justificado pelas migrações em busca de trabalho, contribuiu para o fim dos laços sociais tradicionais, e começou-se a deslocar para o Outro que não é nosso, o problema do crime.

Como já foi evidenciado, a forma como os *mass media* fornecem as informações/notícias relativas às minorias, ajuda a manter e a manipular esta nossa securizante transferência.

Para Cunha e Santos, em 2006, o Outro é uma construção discursiva exercida sobre aqueles que são percebidos como diferentes, sendo identificadas duas formas de discurso, a nível micro, onde o discurso surge como uma forma de interacção directamente discriminatória e a nível macro, onde os géneros e ordens discursivas estão institucionalizados, como na política e nos *media*.

Ribeiro (s/d) afirma que a evidente desinformação da sociedade contribui para o aumento do sentimento de insegurança, e que a comunicação social lucra com a divulgação do crime: tiroteios, mortes, cenas dantescas que aumentarão o medo. O autor chama a atenção para o investimento feito em programas policiais, em jornais ou revistas, os horários nobres, as primeiras páginas, sendo um bom exemplo da forma como tiramos benefício e instauramos e gerimos o caos social.

Agra (2002) diz-nos que o medo do crime pode ser pensado de diferentes formas: a tese securitarista, pressupondo uma ligação causal entre o medo e o crime (admite que o aumento traduziria directamente o aumento da criminalidade), a tese construtivista, salientando a irracionalidade do medo atribuindo-o ao discurso sociopolítico (do cruzamento resultaria um vazio a explorar, tendo que explorar o que é facto e o que é interpretação) e, por fim, a tese pragmática, que estabelece uma associação entre os sinais de erosão físico-social do espaço urbano e do medo do crime.

Numa altura em que os temas securitários, associados a representações do crime, do desvio, da marginalidade e referidos ao campo da justiça, estão a proliferar e a ocupar as primeiras páginas dos meios de comunicação em massa, compete perceber se tanta preocupação com a (in)segurança não terá um valor de sintoma ou de uma expressão de experiências generalizadas porque o importante é não limitarmos a análise do sentimento de insegurança às variáveis do crime, devemos relacioná-las com a questão da ordem social e política, no seu conjunto (Sá, 2000).

Numa perspectiva de uma epistemologia da história dos *media*, torna-se essencial reconhecer que é o modo de questionamento dum acontecimento ou de um documento, que nos pode conduzir a uma outra forma de apropriação do real (Cádima, 1999). Ou, como defendia Legoff (1984), o documento é produto da sociedade que o fabrico, segundo as relações de forças que aí detêm o poder.

Foucault (1977) reflecte acerca do modo do exercício de poder e de controlo social, a disciplina bloqueio feita dos interditos, de proibições, de barreiras, de quebras de comunicações e a disciplina mecanismo, feita de técnicas de vigilância, processos de controlo flexíveis e funcionais, de dispositivos que exercem a sua vigilância através da interiorização do sujeito e da sua exposição ao controlo. Em Foucault identificamos os dispositivos da comunicação-poder, na sua própria forma organizacional. O modelo de organização em panóptico, utopia de uma sociedade, a máquina de vigilância que com visibilidade plena controla de uma torre central todo o círculo, onde os sujeitos vigiados, alojados em células individuais e separadas umas das outras, são vistos sem verem, serve para caracterizar nesta vertente, o modo de controlo exercido pelo dispositivo mediático: uma maneira de organizar o espaço, de controlar o tempo, de vigiar em permanência o indivíduo e de assegurar a produção positiva de comportamentos.

“ O homem social nunca conhece a realidade pura.
 Se a realidade em questão é a força bruta da natureza,
 ou as relações dos homens com outros homens,
 é sempre aprendida através das estruturas
 mediadoras da linguagem.
 E esta mediação não é uma distorção,
 ou mesmo um reflexo do real,
 é mais o processo social activo

através do qual o real é feito”

(Fiske & Hartley, citado por Hackett 1984, p. 161)

Somente podemos defender a dignidade humana e um aprofundamento da democracia participativa com uma vasta e credível, no entanto, responsável e rigorosa, liberdade de circulação de informação e, com efectiva, mas legítima, cuidadosa e fundamentada, liberdade de expressão e de imprensa. É nos tribunais e nos crimes, que se cristalizam as mais importantes tensões e os mais complexos conflitos que afligem singularmente cada pessoa e, colectivamente, a comunidade (Abreu, 2004).

Melo & Lima, (2007) afirmam que quando analisamos a comunicação social nunca podemos ignorar os efeitos dos *media* sobre a sociedade, porque estes processos não são apenas a soma total das acções que descrevem, ou das mensagens que envolvem os acontecimentos, consistem em vários significados sobrepostos uns nos outros e todos eles contribuem para o resultado final. Relatam ainda que o conteúdo da comunicação em massa chega à audiência através de um quadro selectivo de atenção e percepção, e nesta envolvência atingem assistências numerosas, exercendo a sua função social, por ora, exercendo também a sua influência na sociedade.

Poiares (1993) defende que os actores secundários do processo de criminalização, como é o caso a comunicação social, actuam como uma “mão invisível” em todo este processo, cujos efeitos se

repercutem na esfera de intervenção dos protagonistas centrais da criminalização, o Legislador e o Aplicador.

O sujeito, ou actor social, situa-se, não mais, num corpo, ou sistema social, mas num campo de acção do mercado (Touraine, 1998), onde a forma como se situa no jogo social deve ser perspectivada, em função das possibilidades de estabelecer algum controlo sobre mudança, numa sociedade em mudança, ou ser triturado por ela e fique dentro imerso numa situação de crise. Crise do sujeito (Silva s/d).

Mcquail (1994) enuncia que o sujeito leitor, ouvinte ou espectador, não se relaciona com os textos mediáticos no vazio, ele traz para a interacção discursiva, as suas vivências, os seus valores, os seus conhecimentos, as suas concepções do mundo, a sua cultura. E que juntamente, as circunstâncias em que recebe a mensagem contribuem também para o significado construído a partir do texto; todavia, para o autor não subsistem dúvidas, esta estruturação existe, e o leitor re-construirá o sentido das informações mediáticas que recebe. Bachelard (2006) refere que “o real demonstra-se, não se mostra”.

Tarde (1991), diz-nos que em todos os tempos, os que conversam falam do que os seus padres, professores, pais ou mestres, os seus oradores e os seus jornalistas lhes ensinaram. Para o autor, a imprensa unifica e vivifica as conversações, uniformizando-as no espaço e diversificando-as no tempo; todas as manhãs os jornais servem o seu público. Esta paridade crescente das conversações simultâneas num

domínio geográfico cada vez mais vasto é uma das características mais importantes da nossa época, pois explica na sua maior parte o poder crescente da opinião, contra a tradição da razão e, esta diferença crescente das conversações sucessivas, explica-nos a mobilidade de opinião. A transformação da opinião individual numa opinião social deve-se à fala pública, à imprensa dos nossos dias, mas em todos os tempos e antes de tudo, às conversações privadas.

Pegando na concepção sustentada por este autor sobre a influência das conversações, poderemos pensar no que já foi explicitado no decorrer deste texto, por exemplo as fontes de informação, e nesta ordem, a todas as conversações, informações e decisões que envolvem uma notícia e, os meios de comunicação em massa.

Seguindo esta linha e, orientados pela forte intervenção já demonstrada sobre o poder sobre a opinião pública, seja a nível individual ou do grupo a formação das opiniões ou no aumento do sentimento de insegurança, para este estudo fez-se uma análise da forma e do conteúdo noticioso violento dos nossos jornais, com o objectivo de perceber como nos chegam as realidades deste mundo onde vivemos, onde julgamos, onde nos expomos e somos expostos. Em suma, a realidade que conhecemos e vivemos.

Albarello e colaboradores (1997) referem que a imprensa, as revistas e os livros, são já inegáveis fontes de informação de alcance político, económico e social, ainda que a sua credibilidade se revele algumas vezes flutuante. A imprensa diária ou semanal fornece

notícias e factos; é igualmente um dos veículos privilegiados de publicidade, ilustra as opiniões de grupos ou de categorias sociais determinadas e, por isso, desempenha um papel essencial na vida política e social. A imprensa de opinião é expressa tanto pelas escolhas que faz como pelas lacunas que apresenta. Para nos recordarmos deste facto, basta compararmos um mesmo acontecimento em dois jornais diferentes.

Com meios de comunicação social que especulam e espetacularizam acontecimentos de índole criminal e violenta, diariamente, para ganhar audiências e vender as suas “obras-primas”, sem pensar nas consequências a nível social e psicológico que podem ter no seu público, tornam-se essenciais, estudos que, evidenciem esta exposição mediática do crime no nosso país, que permitam decodificar as entrelinhas das matérias notícias, que se captem as discursividades que (nos) envolvem a forma de actuação dos *mass media*.

Poiares (2001) enuncia que a Psicologia Criminal procura aceder aos discursos e aos comportamentos dos actores sociais no processo de criminalização, tomando-se a expressão actor social na acepção atribuída por Touraine (1985) e trabalhada, ao nível da Psicologia e da Criminologia, por Debuyst (1990); essa tentativa de aceder a comportamentos e discursos tem como intuito captar mensagens e decodificá-las, ou seja, compreendê-las e explicá-las, de modo a contribuir para a tomada de decisão por parte dos magistrados e do legislador. Esta tarefa, requerendo a função de compreender e explicar

os comportamentos dos actores sociais reporta-se a todos os sujeitos participantes no processo de criminalização, ou seja, ninguém está imunizado em relação ao trabalho da Psicologia Criminal: do legislador ao transgressor, do aplicador (operadores judiciais) à vítima, da opinião pública aos *media* e à opinião pública, das polícias aos serviços prisionais e de reinserção, todos os actores participantes do processo criminalizador são sujeitos privilegiados da função descodificadora da Psicologia Criminal (Poiars, 2001)

Quando examinamos uma capa de jornal, e absorvemos as suas manchetes sensacionalistas, podemos desde logo perceber que o crime violento está fortemente presente na nossa imprensa escrita, e em grande escala e enorme destaque.

Em meia centena de páginas, as notícias sobre crime violento aparecem às dezenas, e é a este tipo de informação que estamos expostos, quando no nosso dia-a-dia compramos um jornal para nos informarmos sobre o mundo.

Vala (2000) enuncia que comunicar argumentando é activar e discutir representações sociais. O conteúdo da imprensa, segundo Albarello e colaboradores (1997), é um fenómeno social em si: por conseguinte, é possível estudar tanto a sua difusão (clientela, tiragem), como o seu conteúdo (notícias, argumentos) ou a sua forma (composição, formato, grafismo, cores).

Mostra-se importante quantificar os fenómenos da mediatização do crime violento, para poder qualificar e reflectir sobre este

fenómeno que nos aparece nas mãos e nos entra em casa frequentemente, no fundo que partilha a “sua vida” com a nossa.

A Psicologia Criminal opera num cenário de dispersão discursiva que se alimenta de crimes e delinquentes, de reacções formais e informais – isto é, num contexto de perturbação social (Poiares, 2001).

Foram trabalhados, para este estudo, o jornal *Correio da Manhã* (CM), por ser um dos jornais diários de informação geral mais vendido em Portugal; segundo a Associação portuguesa para o controlo de tiragem e circulação (APCT), no terceiro trimestre de 2008 este jornal teve uma tiragem de 163.076 e uma circulação de 128.216 de exemplares. O *Diário de Notícias* (DN), que sendo outro dos jornais diários de informação geral no nosso país, aparece com tiragens bastante inferiores, segundo a APCT no mesmo trimestre de 2008 este jornal teve uma tiragem de 58.143 e circulação 39.027 de exemplares.

Dadas as técnicas de sensacionalismo presentes nos conteúdos jornalísticos da imprensa portuguesa, mostra-se importante perceber se nestes dois jornais com tiragens tão díspares se as diferenças são significativas quanto aos seus conteúdos; no fundo, quantificar a matéria-prima mais procurada pelos portugueses, com o objectivo de fazer uma posterior reflexão crítica sobre as notícias que aparecem nas primeiras páginas da nossa imprensa.

Foram tratadas todas as notícias sobre crime violento que apareceram na primeira página (capa, página de rosto do jornal, onde

se podem ver as notícias que o jornal deu mais relevo do dia) destes dois jornais diários, durante o mês de Agosto de 2008. O critério para a escolha do mês, baseou-se no facto, de em Agosto termos vividos, segundo a comunicação social e o Poder político, uma vaga de crime violento no nosso país.

Nesta ordem, fez-se uma análise do conteúdo das matérias de índole violenta, comparando entre estes dois jornais.

Capítulo III

Metodologia

“ As verdades científicas são sempre paradoxais se raciocinamos fundando-nos na experiência quotidiana, a qual não apreende senão a aparência enganadora das coisas
(Marx, citado por Couthard 1977)”.

O que é específico nas ciências é fornecer conhecimentos objectivos (Althusser, 1976). A objectividade tem estado sempre ligada, ao longo dos tempos à problemática colocada pelas Ciências Naturais. Assim o estudo da realidade social depara-se com uma dupla dificuldade: ou as ciências sociais se reduzem a uma “física social” ou vão reivindicar-se de ciências, uma vez que o social não é passível de experimentação.

Enquanto experimental, a Psicologia teve o estatuto de Ciência, contribuindo para o alargamento das Ciências Naturais e com os trabalhos de Piaget, e seria o fechar do ciclo desta questão, porém nunca foi possível aos psicólogos encerrarem a Psicologia no campo das Ciências Naturais. No desenvolvimento da sua investigação, a componente social e a articulação com a componente biológica, foi regular (Reto & Lopes, 1980).

Existem na História da Psicologia, frequentes momentos de atracção-repulsão com as correntes científicas: daí que a Psicologia

tenha sido classificada sucessivamente entre as Ciências Naturais (Wundt), as Ciências Sociais (corrente socializante) e mais frequentemente ciências humanas (Reto & Lopes, 1980).

Devido ao facto de a Psicologia ter nascido no seio das Ciências Naturais, tentou reduzir o seu objecto de estudo ao domínio do observável, de modo a garantir uma “pretensa objectividade”; todavia, ficou-se cada vez mais distante de uma definição do objecto da Psicologia, em que a complexidade do indivíduo (biológico e social) pudesse ser teorizada.

Sabemos que Kuhn (citado por Piaget & Garcia, 1983), considera a evolução científica como um processo descontínuo. Segundo a sua concepção, existem períodos durante os quais o homem de Ciência trabalha no interior dum paradigma aceite por toda a comunidade, praticando uma “ciência normal”, que vai consistir em resolver questões que se encontram no interior do campo de aplicação das teorias que constituem esse mesmo paradigma. Para o autor, esta actividade está de tal forma enquadrada pelos limites concepcionais do paradigma em vigor que, quando o homem da Ciência falha na solução duma questão, considera-se uma lacuna pessoal e não um insucesso das teorias utilizadas. Quando estes insucessos se sucedem e permanecem no domínio da Ciência, o quadro teórico começa a ser posto em causa e resulta daí uma crise do ramo científico em questão; porém as teorias só são abandonadas quando for constituído um novo paradigma capaz de desalojar o precedente, e aí acontecerá uma

revolução científica, fazendo de contraponto ao que Kuhn chamava de “ciência normal”.

Carvalho (1985), profere que todas as ciências passam, num dado momento da sua história, por uma grande revolução epistemológica: a que as faz soltar do conhecimento sensível, ao conhecimento inteligível. De acordo com o autor, a hierarquia dos conhecimentos, ou das ciências, ordena-se de acordo com a cronologia da revolução epistemológica, o conhecimento sensível corresponde ao estágio pré-científico do conhecimento e ao conhecimento inteligível corresponde o estágio científico.

Neste sentido, a Psicologia foi uma pré-ciência, enquanto se tratava apenas conhecimentos do consciente, passando ao estágio de ciência com os trabalhos de Breuer, Charcot, Janet e Freud que criaram “uma Psicologia do inconsciente”, porque até lá, todos os fenômenos psicológicos eram conscientes por natureza, e tudo o que estava fora disto, estava fora da Psicologia (citados por Carvalho, 1985).

Se pensarmos em Comte, percebemos que a sua história do saber é por si só uma ruptura com o pensamento escolástico e metafísico em geral. O crescente prestígio das Ciências Sociais levou o autor a reduzir o conhecimento científico ao saber positivo. O vazio deixado pelo desaparecimento da Metafísica é assim substituído por uma nova Filosofia, que arvora com o princípio de quantificação e experimentação e, presidirá à elaboração da metodologia das Ciências Sociais que, desde o início, ficaram subordinadas às limitações da

metodologia das Ciências Naturais e aos seus critérios de objectividade e de verdade. A autonomia das Ciências Sociais fica diluída desde a nascença e, a própria possibilidade de existência do saber social como ciência fica comprometida (citado por Reto & Lopes, 1980).

A Durkheim (1980) coube o mérito de elevar a “intuição de Comte” a ciência. Foi pioneiro na análise de factores que levam os indivíduos a moldarem-se aos parâmetros impostos pelo grupo social onde se insere. Para o autor, a separação do individual e do colectivo era mais que um ajuste epistemológico, com a delimitação do objecto de estudo da Sociologia, aquilo a que chamou de representações colectivas, tinham como função a transmissão de uma herança colectiva dos antepassados e seria responsável pela reposição da realidade social, acumulação de sabedoria e ciência no decorrer do tempo.

Assistimos cada vez mais à necessidade de um novo paradigma, que possibilite uma nova dimensão sobre o objecto da Psicologia. Soczka (1993) refere que o que está em jogo, fundamentalmente, é a crítica aos modelos herdados do paradigma positivista, dominante desde o século XIX e que orientou o próprio nascimento da Psicologia, enquanto ciência autónoma. Entramos hoje numa era, em que cada vez mais se compreende o fraco valor heurístico dos modelos tradicionais, tantas vezes alienados da realidade concreta e auto-isolados nas suas torres de marfim.

Jesuíno (1993) reforça esta ideia ao dizer que esta crise parece estar associada às dúvidas que o método experimental levanta e da sua adequação à complexidade e exigências do objecto de estudo da Psicologia.

Procura-se uma Psicologia das pessoas nos seus cenários da vida real, capaz de responder às interrogações acerca das transacções entre processos psicológicos e as acções humanas e, aos contextos e cenários quotidianos, onde os comportamentos se desenrolam (Soczka, 1993).

Nogueira & Fidalgo (1995), referem que é neste contexto de crise de identidade, de métodos e de validação da Psicologia Social que surge a importância do estudo da linguagem. O poder das palavras é no entanto já referido por muitos autores, Foucault, (1966) refere o grande poder das palavras, para organizarem e produzirem significados, inclusivamente que fogem a toda a nossa imaginação.

Almeida e Freire (1997) referem que a ciência assenta em alguns conceitos básicos, ou seja, a sua realidade e linguagem própria. Neles incluem-se os factos (realidades), os fenómenos (ocorrências) e os dados. Sendo factos, aquilo que se conhece ou se supõe sobre a realidade, os quais estão circunscritos no espaço ou no tempo, denominando-se por acontecimentos. Estes quando percebidos pelo investigador designam-se fenómenos, sendo a sua informação extraída por dados. Os autores defendem também que as relações que se estabelecem entre factos e fenómenos têm um papel importante no processo de investigação científica, dado que todo o processo de

conhecimento é movido pelas tentativas de compreensão, explicação e predição das referidas relações.

Diferentes autores da análise do discurso (Potter & Wettherell; Coulthard citados por Nogueira e Fidalgo, 1995), referem-se à linguagem e à sua importância na Psicologia, dado que é a forma mais elementar e penetrante de interacção entre as pessoas. É tão central em todas as actividades humanas, que é impossível pensar a comunicação sem a linguagem; não é apenas um código de comunicação, está subjacente a todo o processo de pensamento e compreensão.

A linguagem parece dirigir as nossas percepções e faz “coisas” acontecerem, construindo e criando as interacções sociais e os diferentes mundos sociais (Coulthard, 1977). Assim, os “textos sociais” têm um papel construtivo na nossa vida, quando a linguagem é conceptualizada como uma forma de acção, realizada num discurso entre sujeitos com diferentes objectivos; temos que contextualizar a acção.

A análise do discurso coloca questões importante às pesquisas e, fornece uma metodologia para a interpretação dos textos sociais. Teve os seus fundamentos na Filosofia, na Sociologia e na Teoria da Literatura. Só recentemente trazida para a Psicologia na sua vertente social, os trabalhos sobre o uso da linguagem como estrutura de representação do significado, relaciona-se com as estruturas cognitivas reais dos sujeitos. Hoje, os autores estão interessados em

perceber como as pessoas utilizam a linguagem no decurso das interacções sociais.

Outro dos critérios para identificar um discurso, segundo Nogueira e Fidalgo (1995) consiste na análise dos efeitos discursivos, os efeitos que operam “por cima” do nível individual. Aqui a tarefa do investigador consiste em percorrer o texto, procurar as possíveis leituras e identificar a linha principal do discurso. Segundo os autores, a principal doutrina da análise do discurso é que a função que envolve a construção das versões, demonstrada pela variação da linguagem (ordenar, pedir, persuadir, acusar).

A análise do discurso não pretende revelar universalidades psicológicas, está antes preocupada com o contexto social no qual as respostas dos indivíduos são desencadeadas, os psicólogos utilizam a análise do discurso para estudar textos escritos ou falados, onde as imagens do pensamento são reproduzidas e transformadas.

O interesse pelo estudo da linguagem (Nunes, Lins, Baracuhy & Lins, 2008) por parte do ser humano existe há muito tempo, podendo ser verificado na literatura, na análise de poesias, da própria Bíblia, ou as análises de sonhos feitas por Freud. A análise de conteúdo esteve sempre muito presente na Psicologia, como uma técnica de absorção e interpretação de discursos. Actualmente, tem sido muito utilizada na análise das comunicações humanas e sociais, especialmente por Bardim (1979).

Cunha (2003) refere que em Portugal muito se fez nos dez anos no domínio da pesquisa empírica sobre a Comunicação, os *Media* e o

Jornalismo, nomeadamente no que concerne á análise da televisão e da imprensa; contudo, novos desafios devem ser enfrentados num futuro próximo. Um desses desafios deve consistir, em alertar as instituições públicas e privadas a criarem condições de pesquisa sobre os materiais gerados na sua actividade, bem como disponibilizar estatísticas para fins de investigação.

A autora refere ainda que só com a abertura dos arquivos sonoros e visuais é que a pesquisa sobre os meios de comunicação deixará de estar condicionada, porque só com estes dados é que os estudos sobre os contextos específicos da recepção podem ser compreendidos. Um segundo desafio, apontado pela autora, assenta nas dificuldades sentidas em formalizar metodologias apropriadas ao campo de pesquisa, nomeadamente no que se refere à análise de texto. Imagem e som nos diferentes meios; esta formalização envolve o recurso a procedimentos padronizados e universais, onde é necessário desenvolver e partilhar metodologias apropriadas a estas investigações, que devem ser comuns às ciências sociais e humanas (Cunha, 2003).

“A Metodologia tem como função mostrar-nos como andar

No “caminho das pedras” da pesquisa,

ajudar-nos a refletir e instigar

um novo olhar sobre o mundo:

um olhar curioso, indagador e criativo”

(Golbenberg, 2001).

Sendo o discurso um conjunto de práticas linguísticas que promovem as relações pessoais e existindo nos artigos de jornal e nas suas mensagens uma discursividade, a análise do discurso dá-nos as ferramentas necessárias para a captação das suas discursividades e inter-discursividades.

Albarello e colaboradores (1997) referem que a imprensa, as revistas, os livros, são já fontes de informação inesgotáveis de alcance político, económico e social, ainda que a sua credibilidade se revele algumas vezes flutuante. A imprensa diária ou semanal fornece notícias e factos, é igualmente um dos veículos privilegiados de publicidade, de opiniões de grupos ou categorias sociais e, por isso desempenhando um papel essencial na vida social. A imprensa de opinião, segundo o autor, é tanto expressa pelas escolhas que faz como pelas lacunas que apresenta e, exemplo deste facto é a dissemelhança que existe se compararmos o mesmo acontecimento em dois jornais diferentes.

A metodologia utilizada neste trabalho consiste na técnica quantitativa de análise de conteúdo; segundo Vala (1999), uma das vantagens principais da análise de conteúdo é o facto de poder ser aplicada sobre material que não foi produzido com o objectivo de servir uma investigação, sendo neste trabalho, o material de análise as notícias sobre crime violento que apareceram nas capas de dois jornais diários portugueses, durante o mês de Agosto de 2008.

Com efeito, surge com esta técnica a possibilidade de conhecer a frequência com que determinadas notícias aparecem nas capas desta imprensa, como também possibilita a análise de relação entre estes dois objectos. Permitindo ainda perceber nos conteúdos veiculados, não só os termos dos assuntos abordados, como também em termos de caracterização social do sujeito (género, etnia, idade, antecedentes criminais, fotografia da vítima e/ou do agressor) e o tamanho que a notícia ocupa na página do jornal (ênfase dado pelo jornal à matéria).

Segundo Cunha (2003), a análise de conteúdo é uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto pode ser aplicada a todos os meios de comunicação e tipos de conteúdos. A autora diz-nos que as vantagens da análise de conteúdo são: é uma metodologia utilizável em todas as áreas científicas; é autónoma do objecto; produz dados quantificáveis e de leitura universal e produz dados qualificados (por exemplo, tendências). Coelho (2004) acrescenta, que na análise de conteúdo a descrição está separada na interpretação dos dados e nesta ordem pode ser aplicada por qualquer investigador, reforçando os seus resultados que são universais. Consiste em aproximar a ideia de conteúdo da de sentido; segundo Albarello e colaboradores (1997) este sentido, este conteúdo é relativamente independente da forma do discurso e pode ser desenvolvido sob diferentes formas discursivas. Serve para fazer energir e descrever o conteúdo, os sistemas de sentidos, os sistemas de percepção. Os materiais de observação comportam, aliás, mais do que textos ou discursos. Incluem práticas,

os comportamentos, o “fazer”. Assim, os sistemas de sentidos, os modos de percepção que a análise de conteúdo procura detectar, não são apenas uma questão de entendimento, tendem igualmente a estruturar e a orientar a acção, apreendem-se portanto, como princípios organizadores tanto da percepção como do comportamento.

A análise de conteúdo tem um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais subtis e em constante aperfeiçoamento, aplicando-se a discursos extremamente diversificados. O factor comum destas técnicas múltiplas e multiplicadas — desde o cálculo de frequências que fornece, até à extracção de estruturas traduzíveis em modelos. É uma hermenêutica controlada, baseada na dedução: a inferência. Enquanto esforço de interpretação, a análise de conteúdo oscila entre os dois pólos do rigor da objectividade e da fecundidade da subjectividade. Absolve e cauciona o investigador por esta atracção pelo escondido, o latente, o não aparente, o potencial de inédito (do não dito), retido por qualquer mensagem (Bardim, 2008).

Assimila-se frequentemente, segundo Albarello e colaboradores (1997) que a análise de conteúdo, a análise de textos e a análise do discurso avaliam as palavras; porém, os conteúdos não são os textos, nem os textos nem os discursos, é muito mais abrangente, o conteúdo é o sentido, é a maneira de ver as coisas.

Segundo Almeida & Freire (1997) “a expressão “investigação científica” é, de algum modo, tautológica. Com efeito, a investigação ou é científica ou não é investigação. Os dois termos estão indubitalmente associados. P. 24”

As opiniões dos cientistas são unânimes. Segundo Fonseca (2008) sobre os potenciais efeitos da exposição à violência transmitida pelos meios de comunicação convergem no sentido de reconhecer que estão reunidas quatro condições essenciais à aceitação de um efeito causal da exposição à violência nos media: o primeiro requisito refere-se à existência de uma base teórica capaz de explicar os efeitos nefastos da violência transmitida pelos órgãos de comunicação social, bem como os processos subjacentes a esses efeitos; seguidamente, a investigação empírica proporciona apoio às explicações teóricas desenvolvidas; os resultados são consistentes, independentemente da metodologia seguida e, por fim, os estudos realizados têm permitido afastar possíveis explicações alternativas.

A reflexão crítica deste trabalho foi conceptualizada através do método que organiza a Intervenção Juspsicológica (Poiares, 2001).

A *captação/assimilação* onde se procura captar o sentido dos conteúdos jornalísticos; a *descodificação*, percebendo os interditos e os “não ditos” presentes nas matérias noticiadas; a *compreensão* das linhas e entrelinhas que compõem uma página de jornal e neste sentido, descortinar a discursividade mediática.

Marinho (s/d) defende que reconhecemos o alto valor das liberdades de expressão, imprensa e formação, porém sabemos que o seu incorrecto exercício pode corresponder a abusos. A eliminação ou redução de comportamentos errados não pode depender de quem os pratica, principalmente quando, com gravidade, se colocam em causa

aspectos de outras pessoas. Urge educar para os *mass media*, começando, desde cedo, no espaço familiar e na escola.

Método e estudo empírico

Amostra:

A amostra considerada nesta investigação foi constituída a partir da recolha efectuada nas primeiras páginas (capa) de dois jornais diários portugueses: *Correio da Manhã (CM)* e o *Diário de Notícias (DN)* referentes ao mês de Agosto de 2008.

Foram tratadas todas as notícias sobre crime violento que aparecerem nos 62 jornais, num total de 145 notícias (Ver tabela 1). correspondendo, 88 notícias ao CM e 57 notícias ao DN.

Tabela 1 – Numero total de notícias na primeira página do jornal

	Correio da Manhã	Diário de Notícias	Total
Total de Notícias	259	287	546
Total de Notícias			
Crime	88	57	145
Percentagem			
Notícias Crime	34%	20%	26,6%

Istrumento:

Para a realização deste trabalho, foi construída uma folha de registo, uma análise fáctica ou documental (ver anexo 1).

Primeiramente, foi feita uma quantificação por cada capa de jornal de quantas notícias apareciam na primeira página, foram excluídas nesta resenha os conteúdos publicitários, dado que o objectivo era aceder a acontecimentos noticiados.

Importa fazer referência ao que Schudson (1982) enuncia como a ementa apresentada nos jornais, defendendo que é na capa que a linha editorial apresenta vários pratos para o cliente escolher o que mais lhe convém, ou como enuncia Sousa (2003), a espetacularização do crime violento aparece chapado nas capas e títulos de jornais.

Neste sentido, das notícias incluídas na página de rosto foi analisado quantas referiam factos sobre crime violento (crimes contra as pessoas) e sobre esses factos é que incidiu a investigação. Como referem Santos (2003) e Matos (2006) os temas mais humanos e a violência aparecem por excelência na comunicação social.

Seguidamente, foi registada a informação factual, ou seja, qual o crime referido pela notícia. Tentando aqui perceber os crimes causadores do aumento do sentimento de insegurança apontados por Frias (2004), como o homicídio, o assalto a residências, tráfico e a violação, que aparecem referidos com frequência na imprensa.

Posteriormente, com o objectivo de fazer uma caracterização geral dos factos documentados pelo jornal, foi analisado o tamanho da notícia na capa do jornal, considerando a seguinte escala: notícia pequena, quando o espaço ocupado significava até duas linhas da página do jornal; notícia média ocupando mais de duas linhas até 1/4 da página do jornal; notícia grande, quando o espaço ocupado era

mais de 1/4 até meia página e, por fim, qualificamos como notícia muito grande as notícias que ocuparam mais de meia página da folha do jornal, pegando nas alusões de Albarello e colaboradores (1997) que indicam que a imprensa enquanto fenómeno social deve ser estudado quanto à sua difusão, conteúdo e forma.

Lagardette (1998) refere que a lei da proximidade é frequentemente utilizada para atingir os leitores e, nesse procedeu-se ao registo a localidade do acontecimento relatado, assinalando Zona Sul, Zona Centro, Zona Norte, lhas, Internacional e não referenciado.

Como refere em Matos (2006) a avaliação dum comportamento agressivo varia com os dados/características que temos do agressor e em estudos anteriormente referidos neste trabalho que apontam para os estereótipos presentes na comunicação social, referentes às minorias étnicas (Fair, 1991; Dias, 2001; Silveirinha e Castro, 2001), às discriminações construídas em volta da vítima mulher (D'Amato, 1978; Dijk, 2005). Quando se aplicava no facto enunciado pela notícia, fez-se a análise dos dados relativos ao agressor/arguido e à vítima: se eram referidos ou não pela informação noticiada; se surgia a fotografia na folha de rosto do jornal; se existia referência ao género, à idade ou à etnia, se nomeavam a nacionalidade ou a profissão, se assinalavam a ocorrência de antecedentes criminais ou comportamentos aditivos e por fim se faziam referência à situação médica. Em algumas notícias analisadas esta caracterização não foi possível realizar, dado que eram referentes a investigação criminal, do crime violento na sua generalidade.

Diferentes autores referem que a comunicação social, duma forma geral, utiliza técnicas de sensacionalismo que vão desde a forma como se apresentam os temas, à forma como são escritas as notícias (Rodrigues, 1988; Mesquita & Barros, 1994; Barros, 2003; Lima, 2005; Matos, 2006), por conseguinte realizou-se uma análise de conteúdo de cada notícia, fazendo um levantamento das palavras utilizadas pela imprensa.

Na descrição das 145 notícias sobre crime violento que apareceram nestes dois jornais diários durante o mês em pesquisa, quantificou-se a frequência dos enunciados contidos nestes jornais, com o objectivo de posteriormente fazer uma reflexão crítica, captando discursos e descodificando intradiscursos subjacentes e presentes na imprensa portuguesa.

Procedimento

A recolha da amostra foi realizada nos arquivos da Hemeroteca de Lisboa, nas sedes do Correio da Manhã e Diário de Notícias em Lisboa, durante os meses de Setembro, Outubro e Novembro de 2008.

Numa primeira abordagem foram analisados jornais diários do mês de Setembro com o objectivo de se conseguir construir uma grelha que nos permitisse quantificar o objecto em estudo, resultando por fim na grelha final, apresentada em anexo, que foi aplicada aos objectos de estudo, todas as capas do CM e DN do mês de Agosto de 2008.

PARTE B

Capítulo I - Resultados

Os dados obtidos foram introduzidos numa base de dados e analisados através do *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) versão 17.0 para *Windows*.

Os resultados obtidos nesta pesquisa, vão ser apresentados da seguinte forma, em primeiro lugar, apresenta-se a análise descritiva dos dados relativos ao jornal, posteriormente apresentam-se os valores pertencentes à caracterização do agressor e da vítima e por fim, os resultados obtidos através da análise de conteúdo.

Verificando-se nos itens em estudo a frequência e a percentagem de cada componente avaliada.

Respeitante à análise descritiva dos dados relativos ao jornal, no parâmetro Tamanho da capa (espaço ocupado pela notícia na página na primeira página), verificou-se que os tamanhos mais frequentes no CM, foram o Pequeno e o Grande, 31 vezes (35,2%), quanto ao DN, os tamanhos da capa que apareceram com mais frequência foram Pequeno, 25 vezes (43,8%) seguido do tamanho Grande que apresentou um resultado de 16 (28,1%). Quanto ao espaço que as notícias ocupam na capa do jornal, o item Muito grande, para ambos os jornais foi o menos utilizado nas notícias sobre crime violento, aparecendo 3 vezes no CM (3,4%) e 1 vez (1,8%) DN (ver tabela 2).

Como resultados totais nesta categoria, podemos observar na tabela 2, que em ambos os jornais apareceram 56 notícias (38, 7%) de tamanho pequeno, sendo o resultado mais frequente.

Tabela 2 – *Frequências e percentagens do Tamanho da capa do CM e DN*

		Correio da Manhã		Diário de Notícias		Total	
		Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem
Tamanho da Capa	Pequeno	31	35,2%	25	43,8%	56	38,7%
	Médio	23	26,2%	15	26,3%	38	26,2%
	Grande	31	35,2%	16	28,1%	47	32,3%
	Muito Grande	3	3,4%	1	1,8%	4	2,8%
	Grande	3	3,4%	1	1,8%	4	2,8%
Total		88	100%	57	100,0%	145	100%

No que concerne à matéria do facto noticiado nos jornais, ao observarmos a tabela 3, percebemos que os conteúdos que apareceram com maior frequência na capa do CM foram; o Roubo apresentando uma percentagem de 31,8% (28 notícias); a Investigação Criminal em 20,5% (18 notícias) e o Desaparecimento de Criança em 13,6% (12 notícias). Com menos relevância apareceram as matérias sobre Tráfico e Tiroteio que apareceram apenas uma vez (1,1%) na capa deste jornal (ver tabela 3).

Quanto ao DN, os factos mais noticiados foram: o Roubo, tendo como resultado 28,1% (16 notícias); a Investigação Criminal apresentando 22, 7% (13 notícias) e por fim notícias sobre

Terrorismo, aparecendo em 10,5% das notícias em análise. Neste jornal os factos que apareceram noticiados apenas uma vez foram; Genocídio, Pedofilia, Tentativa de homicídio (1,8%).

Como resultados totais nos dois jornais (145 notícias) as matérias mais evidenciadas foram: o Roubo, aparecendo em 30,4% das notícias (44); a Investigação Criminal, em 21,4% dos casos (31 notícias); o Desaparecimento de Criança apresentando como resultado 11% das notícias e por fim, a Tentativa de homicídio (9) e Morto pela polícia (9), que apareceram 6,2% respectivamente. Os factos criminais que menos apareceram nos totais de notícias destes jornais foram o Abuso sexual que apareceu em duas notícias correspondendo a 1,4% e uma notícia sobre Genocídio tendo como resultado, 0,7% (ver tabela 3).

Tabela 3 – *Frequências e Percentagens sobre a informação factual das notícias do CM e DN*

		Correio da Manhã		Diário de Notícias		Total	
		Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem
Matéria	Roubo	28	31,8%	16	28,1%	44	30,4%
Da	Homicídio	6	6,8%	3	5,2%	9	6,2%
Notícia	Tentativa de Homicídio	2	2,3%	1	1,8%	3	2,1%
	Abuso Sexual	2	2,3%	0	0,0%	2	1,4%
	Terrorismo	0	0,0%	6	10,5%	6	4,1%
	Pedofilia	4	4,5%	1	1,8%	5	3,4%
	Negligência	5	5,8%	0	0,0%	5	3,4%
	Desaparecimento de						
	Criança	12	13,6%	4	7,0%	16	11,0%
	Agressão	4	4,5%	3	5,3%	7	4,8%

Tiroteio	1	1,1%	2	3,5%	3	2,1%
Genocídio	0	0,0%	1	1,8%	1	0,7%
Morto pela Polícia	5	5,7%	4	7,0%	9	6,2%
Investigação Criminal	18	20,5%	13	22,7%	31	21,4%
Tráfico	1	1,1%	3	5,3%	4	2,8%
Total	88	100%	57	100%	145	100%

Quando ao item Localidade do Crime, no CM em 55,7% das notícias não foi referida a localidade dos factos noticiados (49), em 18,2% a localidade referida foi Zona Centro (16), seguidamente da Zona Norte em 14, 7% (13) das notícias. A localidade menos referenciada foram Internacionais que neste jornal apenas apareceu uma vez (1,2%) (ver tabela 4).

No DN, a localidade do crime podemos observar na tabela 4, que não foi apresentada em 61,4% (35) das notícias. Em 12, 3% das matérias noticiadas correspondem à categoria Internacional (7) e no que diz respeito à zona Centro apareceu em 6 notícias dando uma percentagem de 10,5. A localidade menos indicada por este jornal foi a zona Sul, apresentando 7% nos resultados (4).

Nos valores totais dos dois jornais (ver tabela 4) a localidade onde os resultados foram mais evidentes foi na categoria Não Referenciado obtendo como resultado 57,9% (84 notícias); seguida da categoria Zona Centro (22), correspondendo a 15,2% das notícias analisadas presentes na capa do jornal. A localidade do crime menos evidente em ambos os jornais foi a Internacional (8), correspondendo a 5,5% das notícias.

Tabela 4 - *Frequências e percentagens da Localidade dos factos noticiados no CM e DN.*

		Correio da Manhã		Diário de Notícias		Total	
		Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem
Localidade	Zona Norte	13	14,7%	5	8,8%	18	12,4%
do Crime	Zona Centro	16	18,2%	6	10,5%	22	15,2%
	Zona Sul	9	10,2%	4	7,0%	13	9,0%
	Internacional	1	1,2%	7	12,3%	8	5,5%
	Sem						
	Referência	49	55,7%	35	61,4%	84	57,9%
Total		88	100%	57	100%	145	100%

Seguidamente, apresentar-se-ão os resultados respeitantes à caracterização do agressor/arguido.

Na categoria Agressor/Arguido, o CM em 68, 2 % das notícias fez alusão à existência de um agressor/arguido (60 notícias) em detrimento de 12,5% das notícias que não referiam o agressor (11) (ver tabela 5).

No item Fotografia, não apareceu no CM, em 55, 7% das notícias e surgiu em 25% das notícias neste jornal (22 notícias). Relativamente à idade do agressor/arguido não foi referida em 78,4% das notícias (69) e foi referida em 2,3% das matérias noticiosas (2). Na variável Etnia, não foi referida em nenhuma notícia neste jornal. Quanto à Profissão do agressor, não foi referida em 72,7% das notícias (64) e foi mencionada em 7 notícias equivalendo a 8%. Em relação aos Comportamentos aditivos do agressor, nunca apareceu

referenciado por este jornal. No que pertence à Situação médica do agressor, foi enumerado em 2,3% (2) e, não foi referida em 78,4% das notícias (69); por fim os Antecedentes criminais do agressor, foi avançado em apenas uma notícia (ver tabela 5).

No que respeita ao DN, o agressor foi referenciado em 50,8% num total de 29 notícias e não foi apresentado em 21,1% num total de 12 notícias.

No item Fotografia, não apareceu no DN, em 63, 2% das notícias (36) e surgiu em 10,5% das notícias neste jornal (6). Relativamente à Idade do agressor/arguido não foi referida em 54,4% das notícias (31) e foi referida em 10,5% das matérias noticiosas (6). Na variável Etnia, não foi referida em 57,9% das notícias e pareceu referenciada em 5,3% (3). Quanto à Profissão do agressor, não foi referida em 57,9% das notícias (33) e foi mencionada em 6 notícias equivalendo a 10,5%. Em relação aos Comportamentos aditivos do agressor, nunca apareceu referenciado por este jornal, tal como a Situação médica; por fim os Antecedentes criminais do agressor, foi avançado em 10,5% das notícias (6) e não foi relatado em 54,4%, correspondendo a um total de 31 notícias (ver tabela 5).

No total de notícias dos dois jornais, quanto às características do Agressor/arguido; o agressor foi referido em 61,4% das notícias (89). Quanto à Fotografia, o resultado mais evidenciado foi o não referido em 58,6% num total de 85 notícias. Respeitante à Etnia, não foi referenciado em 71,7% das notícias (104). Na Profissão do agressor/arguido, em 66,9% não apareceu referenciado (97). Os

Comportamentos aditivos, nunca foram enunciados pelos jornais. A Situação médica e os Antecedentes criminais apareceram num total de sete notícias, correspondendo a 4,8% das notícias (ver tabela 5).

Tabela 5 – *Frequências e percentagens da caracterização do Agressor/Arguido noCM e no DN*

		Correio da Manhã		Diário de Notícias		Total	
		Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem
Agressor	Refere	60	68,2%	29	50,9%	89	61,4%
	Não refere	11	12,5%	12	21,1%	23	15,9%
	Não aplicável*	17	19,3%	16	28,1%	33	22,8%
	Total	88	100%	57	100%	145	100,0%
Fotografia	Aparece	22	25,0%	6	10,5%	28	19,3%
	Não aparece	49	55,7%	36	63,2%	85	58,6%
	Não aplicável*	17	19,3%	15	26,3%	32	22,1%
	Total	88	100%	57	100%	145	100%
Idade	Refere	2	2,3%	6	10,5%	8	5,5%
	Não refere	69	78,4%	31	54,4%	100	69,0%
	Não aplicável*	17	19,3%	20	35,1%	37	25,5%
	Total	88	100%	57	100%	145	100%
Etnia	Refere	0	0,0%	3	5,3%	3	2,1%
	Não refere	71	80,7%	33	57,9%	104	71,7%
	Não aplicável*	17	19,3%	21	36,8%	38	26,2%
	Total	88	100%	57	100%	145	100%
Profissão	Refere	7	8,0%	6	10,5%	13	9,0%
	Não refere	64	72,7%	33	57,9%	97	66,9%
	Não aplicável*	17	19,3%	18	31,6%	35	24,1%
	Total	88	100%	57	100%	145	100%
Comportamentos	Refere	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Não refere						

Aditivos	Não refere	71	80,7%	37	64,9%	108	74,5%
	Não aplicável*	17	19,3%	20	35,1%	37	25,5%
Total		88	100%	57	100%	145	100%
Situação	Refere	2	2,3%	0	0,0%	7	4,8%
Médica	Não refere	69	78,4%	37	64,9%	101	69,7%
	Não aplicável*	17	19,3%	20	35,1%	37	25,5%
Total		88	100%	57	100%	145	100%
Antecedentes	Refere	1	1,1%	6	10,5%	7	4,8%
Criminais	Não refere	70	79,5%	31	54,4%	101	69,7%
	Não aplicável*	17	19,3%	20	35,1%	37	25,5%
Total		88	100%	57	100%	145	100%

* Quando as notícias incidem sobre factos onde não é aplicável esta caracterização (exemplo: Investigação criminal).

Na variável Género do Agressor/arguido, no CM 5,7% das notícias referenciaram um agressor do sexo feminino (5) e do género masculino 32 notícias equivalendo a 36,4% (ver tabela 6).

No DN, a categoria género, apareceu relacionado ao sexo feminino em 7% das notícias (4) e ao sexo masculino em 31,6% (18).

No total de notícias dos dois jornais, o item feminino surgiu em 6,2% (9) e no masculino apareceu referido em 34,5% das notícias (50).

Tabela 6 – Frequências e percentagens do Género do Agressor/Arguido no CM e DN.

		Correio da Manhã		Diário de Notícias		Total	
		Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem
Género	Feminino	5	5,7%	4	7,0%	9	6,2%

Masculino	32	36,4%	18	31,6%	50	34,5%
Não refere	33	37,5%	16	28,1%	49	33,8%
Não aplicável*	18	20,5%	19	33,3%	37	25,5%
Total	88	100%	57	100%	145	100%

* Quando as notícias incidem sobre factos onde não é aplicável esta caracterização (exemplo: Investigação criminal).

No que se refere à nacionalidade do Agressor/arguido foi referido pelo CM, duas vezes na categoria Brasileira, 2,3% das notícias (ver tabela 7).

No DN, apareceu referenciada a Islâmica em 4 notícias, 4 vezes a Brasileira equivalendo a uma percentagem de 7% (ver tabela 7).

Na totalidade dos dois jornais, a nacionalidade mais referenciada, foi a brasileira numa soma de 6, dando uma percentagem de 4,1% (ver tabela 7).

Tabela 7 – Frequências e percentagens do Género do agressor/arguido no CM e DN.

		Correio da Manhã		Diário de Notícias		Total	
		Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem
Nacionalidade	Sérvia	0	0,0	1	1,8%	1	0,7%
	Islâmica	0	0,0	4	7,0%	4	2,8%
	Inglesa	0	0,0	2	3,5%	2	1,4%
	Brasileira	2	2,3%	4	7,0%	6	4,1%
	Francesa	0	0,0	1	1,8%	1	0,7%
	Não refere/ Não aplicável	86	97,7%	45	78,9%	131	90,3%
Total		86	100%	57	100%	145	100,0

Passaremos agora à caracterização das vítimas. No CM a vítima foi referida em 39 notícias, correspondendo a 44,3% e, não apareceu alusão à vítima em 33 notícias, equivalendo a 37,5% das notícias (ver tabela 8).

A fotografia da vítima apareceu neste jornal em 15 notícias (17%), e não surgiu em 57 notícias (64,8%). A Profissão foi referida em 7 notícias (8%). As variáveis Idade, Etnia, Comportamentos aditivos, Situação médica e Antecedentes criminais da vítima nunca foram apresentados neste jornal durante o mês em análise (ver tabela 8).

No DN, a vítima aparece enunciada em 20 notícias (35,1%), e não foi referida em 10 notícias (17,5%) (ver tabela 8).

A fotografia da vítima, no DN apareceu em 7 notícias (12,3%) e em 24 notícias (42,1%) não constou a fotografia da vítima. Quanto à Idade e à Etnia, não foram referenciadas por este jornal em 28 notícias (49,1%) e apareceram em 3 notícias (5,3%). No que respeita à Profissão da vítima, apareceu mencionada em 6 notícias (10,5%) e não foi citada em 26 notícias (45,6%) (ver tabela 8).

No que diz respeito aos Comportamentos aditivos e à Situação médica da vítima, foi indicado em uma notícia (1,8%). Por fim, no que considera a variável Antecedentes criminais, apareceu anunciado em duas notícias (3,5%) (ver tabela 8).

Na totalidade de notícias sobre crime violento que apareceram nos dois jornais foram observados os seguintes resultados: a vítima apareceu indicada em 59 notícias (40,6%). No que concerne à variável

fotografia, o valor mais evidenciado foi o não referido em 55,8% na soma das notícias. A categoria Idade e Etnia não apareceram referenciadas em 100 notícias (ver tabela 8).

Na caracterização da Profissão, os resultados obtidos na análise das notícias dos dois jornais foram: 62,7% (91) respeitantes à não indicação da profissão da vítima e 9% das notícias (13) indicaram esta categoria da vítima (ver tabela 8).

Nas componentes Comportamentos aditivos e Situação médicos os resultados mais evidenciados pelos resultados foram 71% de notícias (103) não faziam referência a estes itens. Por último, Antecedentes criminais não foram indicados nas características das vítimas em 70,3% das notícias (102

Tabela 8 - *Frequências e percentagens da caracterização da Vítima no CM e no DN*

		Correio da Manhã		Diário de Notícias		Total	
		Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem
Vítima	Refere	39	44,3%	20	35,1%	59	40,6%
	Não refere	33	37,5%	10	17,5%	43	29,7%
	Não aplicável*	16	18,2%	27	47,4%	43	29,7%
Total		88	100%	57	100%	145	100%
Fotografia	Aparece	15	17,0%	7	12,3%	22	15,2%
	Não aparece	57	64,8%	24	42,1%	81	55,8%
	Não aplicável*	16	18,2%	26	45,6%	42	29,0%
Total		88	100%	57	100%	145	100%
Idade	Refere	0	0,0%	3	5,3%	3	2,0%
	Não refere	72	81,8%	28	49,1%	100	69,0%
	Não aplicável*	16	18,2%	26	45,6%	42	29,0%
Total		88	100%	57	100%	145	100%
Etnia	Refere	0	0,0%	3	5,3%	3	2,0%
	Não refere	72	81,8%	28	49,1%	100	69,0%
	Não aplicável*	16	18,2%	26	45,6%	42	29,0%
Total		88	100%	57	100%	145	100%
Profissão	Refere	7	8,0%	6	10,5%	13	9,0%
	Não refere	65	73,8%	26	45,6%	91	62,7%
	Não aplicável*	16	18,2%	25	43,9%	41	28,3%
Total		88	100%	57	100%	145	100%
Comportamentos	Refere	0	0,0%	1	1,8%	1	0,7%
Aditivos	Não refere	72	81,8%	31	54,4%	103	71,0%
	Não aplicável*	16	18,2%	25	43,8%	41	28,3%
Total		88	100%	57	100%	145	100%
Situação	Refere	0	0,0%	1	1,8%	1	0,7%
Médica	Não refere	72	81,8%	31	54,4%	103	71,0%
	Não aplicável*	16	18,2%	25	43,8%	41	28,3%
Total		88	100%	57	100%	145	100%
Antecedentes	Refere	0	0,0%	2	3,5%	2	1,4%
Criminais	Não refere	72	81,8%	30	52,6%	102	70,3%
	Não aplicável*	16	18,2%	25	43,9%	41	28,3%
Total		88	100%	57	100%	145	100%

* Quando as notícias incidem sobre factos onde não é aplicável esta caracterização (exemplo: Investigação criminal).

No que se refere ao género da vítima, como podemos observar na tabela 9, os dados obtidos no CM, foram 17% para o sexo feminino (15) e 10,3% para o sexo masculino (9). Quanto ao DN 14% das notícias referiram o sexo feminino (8) e 8,8% das notícias referiram o sexo masculino (5).

Nos resultados obtidos na análise das notícias providas dos dois jornais, podemos constatar que em 23 notícias apareceu referência ao sexo feminino (15,8%) em 14 notícias o género masculino (9,7%). Sendo os resultados mais evidentes a não referência ao género da vítima em 45,5% das notícias (ver tabela 9).

Tabela 9 – *Frequências e percentagens do Género da vítima.*

		Correio da Manhã		Diário de Notícias		Total	
		Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem
Género	Feminino	15	17,0%	8	14,0%	23	15,8%
	Masculino	9	10,3%	5	8,8%	14	9,7%
	Não refere	48	54,5%	18	31,6%	66	45,5%
	Não aplicável*	16	18,2%	26	45,6%	42	29,0%
Total		88	100%	57	100%	145	100%

* Quando as notícias incidem sobre factos onde não é aplicável esta caracterização (exemplo: Investigação criminal).

Por último, quanto à Nacionalidade da vítima, podemos observar no CM, que apenas existiu uma referência à nacionalidade Alemã (1,1%) (ver tabela 10).

No DN, os resultados obtidos nesta variável foram os seguintes: apareceu referenciado uma vez (1,8) as nacionalidades, Islâmica, Inglesa, Alemã, Chinesa, Ruandesa. Sendo os resultados mais evidentes a não referência da nacionalidade em ambos os jornais em 95, 8% das notícias (ver tabela 10).

Tabela 10 – *Frequências e percentagens da Nacionalidade da vítima no CM e DN*

		Correio da Manhã		Diário de Notícias		Total	
		Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem
Nacionalidade	Islâmica	0	0,0%	1	1,8%	1	0,7%
	Inglesa	0	0,0%	1	1,8%	1	0,7%
	Alemã	1	1,1%	1	1,8%	2	1,4%
	Chinesa	0	0,0%	1	1,8%	1	0,7%
	Ruandesa	0	0,0%	1	1,8%	1	0,7%
	Não refere/ Não aplicável	87	98,9%	52	91,0%	139	95,8%
Total		88	100%	57	100%	145	100%

Passando agora à análise de conteúdo desta investigação, apresenta-se nas tabelas 11,12,13,14 e 15 a frequência com que as palavras apareceram nos jornais em análise.

As palavras que apareceram com mais frequência (ver tabela 11) no CM as palavras que apareceram com mais frequências foram, Polícia (33), Assalto e Roubo (24), Morte (19), Armas (13) e Tiros (12).

No DN as palavras registadas em maior número (ver tabela 11) foram, Polícia (63), Assalto e Roubo (25), Morte (20) e Prisão e Fuga (14)

Na análise dos totais das palavras contidas nas notícias (ver tabela 11) as palavras que apareceram com maior frequência nos dois jornais foram Polícia (96), Assalto e Roubo (49), Morte (39), Tiros (22), Fuga e Armas (21).

Tabela 11 – *Frequências das palavras/conteúdos que apareceram CM e DN.*

	Correio da Manhã	Diário de Notícias	Total
Conteúdo	Frequência	Frequência	Frequência
Detido	9	7	16
Crime	8	9	17
Prisão	4	14	18
Sequestrador	9	11	20
Armas	13	8	21
Fuga	7	14	21
Tiros	12	10	22
Morte	19	20	39
Assalto e Roubo*	24	25	49
Polícia	33	63	96

* obtiveram os mesmos resultados nos dois jornais

Tabela 12 – *Frequências das palavras/conteúdos que apareceram CM e DN.*

	Correio da Manhã	Diário de Notícias	Total
Conteúdo	Frequência	Frequência	Frequência
Gang	5	5	10
Juíz	3	7	10
Refém	9	1	10

Violência	4	6	10
Crime Violento	2	9	11
Vítima	3	8	11
Ataque	8	4	12
Investigação	3	9	12
Droga	8	6	14
Maddie	11	3	14
Suspeito	10	4	14
Caso Bes	9	6	15

Tabela 13 – *Frequências das palavras/conteúdos que apareceram no CM e DN.*

	Correio da Manhã	Diário de Notícias	Total
Conteúdo	Frequência	Frequência	Frequência
Acusado	3	1	4
Agressão	2	2	4
Ameaça	0	4	4
Assassinado	2	2	4
Denúncia e Queixa*	2	2	4
Drama	4	0	4
Idoso	0	4	4
Investigação Criminal	0	4	4
Julgamento	3	1	4
Perseguição	1	3	4
Baleado	3	2	5
Quinta do Mocho	3	2	5
Bairro	2	4	6
Lei	2	4	6
Terrorista	0	6	6

Ferido	4	3	7
Homicídio	4	3	7
Provas	2	5	7
Tribunal	5	2	7
Explosivos	4	4	8
McCann	6	2	8

* obtiveram os mesmos resultados nos dois jornais

Tabela 14 – *Frequências das palavras/conteúdos que apareceram no CM e DN.*

	Correio da Manhã	Diário de Notícias	Total
Conteúdo	Frequência	Frequência	Frequência
Abandono	2	0	2
Agressor	0	2	2
Álibi	0	2	2
Atentado	0	2	2
Condenado	1	1	2
Emigrantes	1	1	2
Grupo Radical	0	2	2
Guerra	2	0	2
Justiça	1	1	2
Pedófilo	2	0	2
Perícia	2	0	2
Recluso	1	1	2
Terror	1	1	2
Tragédia	2	0	2
Arguido	0	3	3
Criminalidade	2	1	3
Culpa	0	3	3

Evadido	1	2	3
Ladrões	3	0	3
Pânico	2	1	3
Testemunha	2	1	3

Tabela 15 – *Frequências das palavras/conteúdos que aparecera no CM e DN.*

	Correio da Manhã	Diário de Notícias	Total
Conteúdo	Frequência	Frequência	Frequência
Abatido	1	0	1
Absolvido	0	1	1
Abuso Sexual	1	0	1
Alerta	0	1	1
Capturado	0	1	1
Delinquente	1	0	1
Depoimento	0	1	1
Despiste	0	1	1
Detective	1	0	1
Executado	1	0	1
Ilícito	1	0	1
Insegurança	0	1	1
Intimidação	0	1	1
Massacre	0	1	1
Negociação	0	1	1
Pena	0	1	1
Procurado	0	1	1
Violador	1	0	1

Capítulo II - Discussão de Resultados

Passados os tempos onde se ouviam aos quatro cantos os pregões dos Ardinas, tentando vender a imprensa matutina, assistimos hoje aos pregões escritos, mais ou menos silenciosos nas bancas de jornais. Onde as manchetes tentam captar a atenção de uma sociedade ávida de informação acerca dos quotidianos.

Olhando o objecto de estudo, a análise de notícias sobre crime violento nas primeiras páginas do CM e DN do mês de Agosto de 2008, podemos constatar que no CM do total de notícias, 259, apresentadas na capa, 88 apresentam matérias sobre crime violento, correspondendo a 34%. Por comparação, o DN apresentou 57 notícias de índole violenta num total de 287, referenciando 20% das notícias totais. Numa primeira abordagem podemos verificar que o DN deu a conhecer mais notícias nas páginas de rosto do seu jornal e que as notícias crime apareceram em menor frequência.

Percebemos desta forma, que o CM, o jornal que apresenta mais tiragem, o mais vendido, explora na sua montra mais a vertente criminal que o DN. Não podemos afirmar que mais notícias crime representam mais leitores, ou mais leitores representam mais notícias crime; apesar da perspectiva de Letria (2001) que refere que procuramos, na comunicação social, o apaziguamento das nossas angústias, ou seja, procuramos sempre vidas de quem vive pior que nós. No entanto, com base nestes resultados, podemos perceber que um dos jornais portugueses que mais chega à sociedade, retrata matéria de índole violenta em maior número, chamando a

atenção para o facto de que, se existirem leitores exclusivos de cada um dos jornais, a sua visão sobre os acontecimentos violentos pode ser diferente; isto é, aos leitores do CM chegam mais notícias sobre crime, tanto em número, como em destaque.

Existem significações que não estão no texto noticiado, resultam das interacções entre a mensagem e a audiência. O leitor reage à comunicação, participando na construção da própria realidade (Fiske, 1990).

Vala (2000) enuncia que os processos cognitivos não são exclusivamente individuais, a sua génese encontra-se na interacção social e que através da acção do outro, o espectador, tendo acesso a emoções, experiências e comportamentos, pode viver experiência na primeira pessoa, com efeito o impacto destes acontecimentos podem validar, reforçar ou alterar as suas representações sociais.

Contudo, é preciso analisar mais fundo, a percentagem totalizante de notícias crime que aparecem nos jornais é um dado importante, mas revela-se indispensável compreender também o destaque que é dado a estas notícias em cada jornal.

Nesta perspectiva, constatou-se que o CM apresentou dados mais significativos, 31 notícias em tamanho Grande, 31 notícias em tamanho Pequeno, 23 notícias em tamanho Médio; chegando em média, diariamente, mais de duas notícias sobre crime violento ao público com chamada de capa.

A Lei da Primazia (Wolf, 2005) ou efeito de primazia (Gleitman, 1999), referem que o que armazenamos com mais facilidade, são os primeiros estímulos que nos são apresentados; com efeito, podemos levantar a questão à

primeira página de um qualquer jornal, o que vamos memorizar será o que tem mais impacto visual, o estímulo onde recaí a nossa atenção.

Podemos concluir que, em termos totais, o CM colocou menos quantidade de notícias nas páginas de rosto do seu jornal, mas o que deu ao seu público foi mais violento e, em termos visuais, os seus critérios mostraram que recorrem com mais frequência a notícias maiores e, por consequência, com mais impacto, na sua página de rosto.

No que concerne à discussão da informação factual, ou seja, a matéria sobre crime retratada em cada jornal neste estudo, são muitos os autores que enunciam o fenómeno da mediatização da justiça pelos órgãos de comunicação social (Poiares & Crugeira, 1999; Rodrigues, 1999; Santos, 2003; Abreu, 2004; Frias, 2004, Fidalgo & Oliveira, 2005 e Pereira, 2007). Revelando que (Rodrigues, 1999), esta aproximação baseia-se na assunção que a comunicação social e a justiça têm o mesmo objecto, a reconstituição da realidade; porém evidencia-se a preocupação com as consequências que podem resultar deste facto.

A forma como os conteúdos violentos aparecem evidenciados pelos jornalistas, que procuram em fenómenos criminais e de justiça o seu furo jornalístico (Lagardette, 1998), podem contribuir para a alteração de representações sociais (Vala, 2000).

A informação fornecida pelos *media* constrói a realidade (Letria, 2001), contribuindo para o aumento do sentimento de insegurança (Frias, 2004). Como afirmam Gabriel & Grave (2003) o medo do crime expõe uma forma de pensar, de sentir e agir, são estados afectivos que variam de acordo com as situações percebidas.

Martins (2004) reforça que o imediatismo presente na mediatização, prejudica a actividade jornalística, influi que os *media* não se devem esgotar na notícia novidade, na existência que não se vive e apenas se expõe.

Em ambos os jornais, como conteúdo mais apresentado apareceu o Roubo, obtendo 31,8% no CM e 28,1% no DN e a Investigação Criminal, 20.5% no CM e 22.7% no DN. Cabe aqui relembrar os resultados obtidos na investigação levada a cabo por Frias (2004) que revelam que é na imprensa que a população toma conhecimento dos crimes que mais afectam o seu sentimento de insegurança.

Segundo os dados obtidos neste estudo, apenas uma em cada cinco notícias é referente a Investigação criminal. Podemos pensar que, dos crimes que chegam aos leitores, apenas pouco mais de 20% referem a intervenção do ponto de vista da investigação dos dispositivos de controlo social, ou seja, das notícias presentes nos dois jornais, a maioria refere o acontecimento em si, não mostrando a actuação dos dispositivos que para muitos dos leitores pode ser tranquilizante.

Segundo Barros (2003), a imprensa tenta manipular os leitores, explorando as suas emoções primárias. Ora pensemos por exemplo, não temos medo duma faca pelo objecto em si, temos medo se estiver na mão de alguém, podendo representar uma arma, podendo representar perigo; por outro lado se este mesmo objecto estiver na mão de um polícia, o sentimento pode ir no sentido de protecção e não de insegurança. Com isto pretende-se mostrar que a comunicação social, em busca da novidade (Martins, 2004), acaba frequentemente por colocar o crime na mão de quem o opera, ocultando o processo criminal nas mãos do protector, podendo contribuir assim, para o

sentimento de insegurança. Cotta (2005), refere que a criminalidade aumenta o nosso sentimento de medo, podendo provocar consequências negativas a nível psicológico e reduzir a nossa qualidade de vida.

Lagardette (1998) refere que uma das técnicas utilizadas na comunicação social é a chamada Lei da proximidade, onde se tenta chegar ao público pela localidade onde os acontecimentos ocorrem, quanto mais próximo do leitor o facto acontece, maior será impacto provocado; neste trabalho, os resultados mais significativos, foram a Não Referência ao local do crime na notícia presente na primeira página, apresentando o CM 55.7% DN 61.4%.

Matos (2006) enuncia que o nosso julgamento é influenciado pelos dados que apreendemos acerca do agressor. Os resultados mais evidentes neste estudo mostram-nos que, no CM, o agressor é referenciado em 68,2% e no DN em 50.9% das notícias. Quanto à fotografia do agressor na primeira página dos jornais, apareceu em 25% das notícias no CM e em 10.5% no DN e por fim, enunciado o género do agressor/arguido, apareceu com mais frequência o Masculino em 36.4% das notícias do CM e em 31.6 notícias do DN.

Rodrigues (1999) refere que a comunicação social em todo o seu processo de produção contém uma parte emocional implícita permitindo uma reconstituição de sentimentos emocionalmente marcantes, precisamos de um herói, dum vilão.

Neste estudo, o CM apresentou frequências mais elevadas na exposição tanto na exposição do agressor como da sua fotografia. Pormenorizando de alguma forma, o acto, o comportamento delituoso, escrevendo sobre quem o

praticou, evidenciando o rosto daquele crime, oferecendo aos seus leitores a imagem. Contribuindo como actor social para a influência de outros actores sociais (Poiares, 2001). Fomentando a estigmatização e construção de estereótipos sociais (Dijk, 2005).

Como refere Dias (2001) na imprensa existe uma influência estereotipada: diferenciação sexual, imagem negativa de imigrantes, diferenciação étnica. Neste estudo os resultados obtidos nestas premissas, em termos de frequência da sua ocorrência não se mostraram relevantes.

Quanto aos resultados referentes à caracterização da vítima obtidos neste estudo, podemos observar que a vítima foi referenciada em 44.3% das notícias do CM e em 35.1% no DN, a sua fotografia apareceu em 17% das notícias sobre crime violento presentes no CM e em 12.3% das notícias do DN, não obtendo resultados significativos em nenhuma outra dimensão em análise.

Deste modo, podemos observar que no DN, a percentagem de vezes que se menciona o Agressor/arguido é mais elevada do que quando se enuncia a presença de uma vítima, porém, no item colocação da Fotografia na notícia, neste jornal a frequência é mais elevada para a vítima.

Quanto ao CM, os dados fornecidos pelo jornal quanto à vítima foram mais baixos do que nos dados fornecidos acerca do Agressor/arguido, mostrando que nas notícias são expostos com mais frequência os acusados, os julgados, o transgressor.

“São tremores de terra ou derrames de crude,
dioxinas ou epidemias de contornos indefinidos,
suspeitas acidentais em centrais nucleares ou
de descargas de fábricas químicas que poluem os rios,
alertas de contaminação para a comida ou
das reservas de água,
ameaças terroristas ou acidentes de viação.
Todos os dias quando abrimos os jornais ou ouvimos notícias,
somos confrontados com informações,
que nos lembram os perigos que corremos
(Lima, 2005 p. 203).”

Ao escolher as informações que relatam, optando por publicar uma notícia em detrimento de outra, os jornais fornecem ao leitor uma visão lógica do mundo (Lagardette, 2008).

Pelos dados obtidos nesta investigação, o Agressor/arguido é frequentemente homem, o que corrobora o estudo realizado por D’Amato sobre estereótipos sociais na imprensa (1978).

No início desta discussão, evocou-se a figura do Ardina, simbolizado hoje nos editores que escolhem as matérias que surgem nas primeiras páginas dos nossos jornais, falámos dos seus gritos e da intensidade com que são ouvidos pela audiência, no entanto, devemos escutar também que palavras utilizam no seu discurso. Que estilo de linguagem utiliza então, o Ardina do nosso tempo?

Nesta última fase, a análise de conteúdo das palavras presentes nas notícias em estudo, é fundamental para descodificarmos as discursividades implícitas na imprensa.

Qual é então o peso das palavras?

Para Rodrigues (1988) o discurso é uma representação da realidade, o meta-acontecimento, o acontecimento feito, é um discurso feito acção. Segundo Coulthard (1977) as palavras têm o poder de construir percepções do nosso mundo social, ultrapassam a sua própria esfera de palavra porque são conceptualizadas como formas de acção. A linguagem, mais do que retratar a acção, contextualiza-a.

Portanto, o leitor cria o seu contexto social recorrendo também, aos factos/acções descritas pela linguagem dos órgãos de comunicação social.

Um mesmo acontecimento, transmitido de forma diferente, vai despoletar no receptor respostas diferentes, ou seja, a mensagem traduz na sua génese a capacidade não só de retratar uma acção como também de desencadear novas emoções, acções, respostas e comportamentos.

Com o levantamento de palavras que faziam a notícia, podemos agora perceber a frequência de palavras que nos podem remeter para o medo ou para a insegurança assim como quantificar as palavras que podem suscitar conceitos de conforto e segurança.

Senão, vejamos, as palavras Assalto e Roubo, que nos mostram um acto transgressor e por resolver, surgem 49 vezes; por outro lado, as palavras Detido e Julgamento, que asseguram que o caso está a ser trabalhado pelos dispositivos de controlo social apareceram em 16 e 4 vezes, respectivamente.

A utilização de conceitos que podem abalar as nossas noções de equilíbrio e segurança, apareceram neste estudo como dados mais significativos, palavras como Morte (39), Tiros (22) e Armas (21), foram muito mais vezes enunciadas do que palavras como Investigação (12), Justiça (2) ou Capturado (1).

Podemos verificar neste estudo dado os resultados agora evidenciados, que palavras que nos podem indicar perigo, ou suscitar medo ou desencadear desconfiança (Lima, 2005), são mais utilizadas do que as palavras que nos tranquilizam ou que remetem para os processos de controlo social abarcados pelos dispositivos, ou seja, a punição do desvio e a segurança que ambicionamos socialmente (Dias & Andrade, 1997).

Estando a tratar notícias sobre crime violento, seria natural a objecção de que notícias desta natureza, dificilmente podem ser descritas como recurso a palavras “positivas”, no entanto, é-nos possível verificar que em ambos os jornais, onde incidiu esta investigação, obtiveram resultados díspares.

Perante a mesma sociedade, no mesmo mês, com os mesmos crimes, houve distinção não só na quantidade de notícias dadas, como na abordagem linguística sobre cada uma delas.

O CM na abordagem que apresenta, mostrou uma maior recorrência em termos de frequência a palavras que nos suscitam imagens mais violentas. A palavra Refém apareceu em 9 vezes nas notícias apresentadas pelo CM, em contrapartida, apenas 1 vez no DN; Suspeito, apareceu 10 vezes no CM e 4 no DN; Ladrões apareceu 3 vezes no CM e nenhuma no DN; Ataque foi mencionado 8 vezes pelo CM e metade pelo DN; Drama e Tragédia

apareceram referenciados no CM 4 e 2 vezes respectivamente e nunca apareceu no DN.

No que respeita a palavras que podem remeter para a “resolução” do crime ou para a punição do acto, com maior frequência os dados apareceram no DN: a palavra Prisão no DN apareceu 14 vezes e no CM 4 vezes; Juiz 7 vezes no DN e 3 no CM; Investigação Criminal, 9 vezes no DN e 3 no CM e por fim a palavra Lei, foi escrita pelo DN 4 vezes e 2 pelo CM.

São muitos os estudos que nos apontam para os efeitos negativos da mediatização da violência (Murray, citado por Monteiro, 1999; Romer, Jamieson & Aday 2003 e Matos, 2006), defendendo que existem consequências directas nos comportamentos, podendo mesmo levar a uma dessensibilização face à violência.

Frias (2004) refere que o sentimento de insegurança, mais do que consequência das variações da criminalidade, deve ser entendido como expressão de uma representação social e, um dos factores que podem influenciar os indivíduos é a falta de confiança nas forças policiais.

Ao longo da análise de conteúdo, o termo mais utilizado por estes jornais foi a palavra Polícia, com 96 incidências no total. Podemos reflectir que será uma palavra quase obrigatória, dado o objecto de estudo e o contexto da notícia. No que toca a sua expressividade emocional, podemos pensar que pode ser bastante abrangente, a presença de polícia invoca invariavelmente um acontecimento “negativo”, as forças policiais aparecem como protecção ou agente de resolução de conflitos. No entanto, mesmo num cenário de crime ou de conflito, a presença de agentes de autoridade pode ser tranquilizador, podendo reforçar o sentimento de segurança e apaziguamento

social. E é com esta palavra que podemos também distinguir as diferenças de critério jornalístico no uso de linguagem entre os jornais analisados para esta investigação. Foi evocada com diferenças significativas: 33 vezes no CM e 63 no DN.

Podemos vislumbrar então, que nas primeiras páginas do DN, a palavra Polícia têm uma presença constante, aparecendo 63 vezes em 57 notícias de índole violenta. Por outro lado, em 88 notícias sobre crime, apresentadas pelo CM, esta mesma palavra surgiu 33 vezes; reforçando os resultados discutidos anteriormente e demonstrando como uma política editorial pode fazer a diferença, transmitindo mais ou menos segurança ao receptor, fazendo-o sentir ora integrado numa sociedade que dispõe de dispositivos de controlo social, ora numa terra sem lei.

É justamente sobre este fenómeno que incidiu este estudo; nunca se pretendeu colocar em causa a liberdade de expressão nem a liberdade editorial.

Porém mostra-se evidente, com base nos resultados apresentados pelos estudos realizados sobre os efeitos da mediatização do crime e da violência, a necessidade de reforçar que toda a liberdade acarreta responsabilidade.

Os meios de comunicação social são reflexo da nossa sociedade, mas a imagem desses espelhos é sempre adulterada pela linguagem em si, sabendo que estes reflexos irão eles próprios reflectir-se e originar respostas, comportamentos e reacções emocionais por parte do público deverá ser nossa preocupação, reflectir sobre estas problemáticas sociais.

A exploração emocional, a vulgarização do crime e a amplificação da violência, em suma, técnicas sensacionalistas presentes nos *mass media*,

podem levar a respostas sociais também elas amplificadas que, por sua vez, irão gerar, de facto, respostas de combate a um mundo, que é percebido numa forma adulterada.

Se a linguagem pode dirigir as nossas percepções e fazer “coisas” acontecerem, construindo e criando as interacções sociais (Coulthare, 1977), então uma percepção adulterada de um mundo mais violento, pode vir a influenciar, de facto, um mundo mais violento.

Como enuncia Voltaire (1764): nós temos o direito natural de fazer uso das nossas penas como fazemos da nossa língua; à nossa responsabilidade, risco e prejuízo.

Capítulo III – Conclusão

Pretendeu-se com este estudo evidenciar as assimetrias presentes na imprensa portuguesa, seja nos conteúdos veiculados ou na forma como os apresentam. Os resultados mostram que existem diferenças, tanto na forma como nos conteúdos veiculados nos dois jornais em análise

Brandão (2002) refere que os *media*, em conjunto com outros agentes de socialização, como a família e a escola, determinam em grande parte as representações da realidade que os indivíduos vão construindo, em que a notícia é apenas uma realidade da realidade global veiculada por todos os agentes de socialização. É importante fazer uma selecção dos conteúdos informativos que são em grande parte da população, porque é a única via de discussão e compreensão acerca da realidade social, daquilo que se passa à sua volta.

Não se adivinhando uma mudança no modo actuação dos meios de comunicação social nem dos conteúdos apresentados por esta indústria, é urgente que se promovam programas de prevenção junto da população. Promovendo uma visão crítica aos conteúdos veiculados por esta indústria, que nos invadem diariamente.

Com a realização da recolha das notícias nas primeiras páginas destes jornais diários deste trabalho, percebeu-se que seria importante também, analisar todas as notícias contidas num jornal, com o objectivo de se conseguir perceber se os resultados iriam no mesmo sentido dos deste estudo.

A Psicologia deve continuar a trabalhar estes fenómenos, com os seus instrumentos e práticas, desenvolver investigação que nos permitam intervir numa forma mais eficaz.

Muitos dos estudos que abordam estes fenómenos baseiam-se nos efeitos a médio ou a longo prazo dos *efeitos dos mass media*, seria interessante desenvolver mais trabalhos que nos permitam perceber estes efeitos a curto prazo; promovendo o aumento de conhecimento científico nesta direcção, possibilita uma intervenção mais precoce, junto da população; fazer um estudo, por exemplo, com o objectivo de perceber quais os conteúdos memorizados pelo leitor ou espectador televisivo, percebendo desta forma, o que armazenamos na nossa memória e ainda, a forma como emocionalmente foram tratadas as informações recolhidas junto dos meios de comunicação social.

Não devemos continuar a absorver acriticamente a informação fornecida pelos media. Mostrando os estudos científicos os efeitos negativos da mediatização, devemos trabalhar no sentido de minimizar esses mesmos efeitos.

Rebelo, Ponte, Férin, Malho, Brites & Oliveira (2008) referem que há usos estruturais, não relacionados directamente com os conteúdos (a televisão ligada como companhia ou como ambiente de fundo, os horários dos programas como reguladores dos tempos familiares) e usos relacionais, que evidenciam as formas de relacionamento dos membros da família (a televisão como um meio que facilita ou dificulta a comunicação, que permite demonstrar competências e saberes, expressar poderes e escolhas) Na pesquisa que vem sendo realizada há anos por Livingstone sobre o uso dos

media por crianças, os lares são considerados como “unidades básicas de consumo”.

“A verdade é que nem sempre há tempo.

E a neve volta no próximo ano.

Afinal, dentro de casa, podemos concluir aquele trabalho em atraso e,
com este mau tempo, a televisão é sempre uma solução”

(Matos, 2006 p. 333)

Não sendo o objectivo deste trabalho analisar questões educativas, deve-se evidenciar que as práticas parentais podem fazer a diferença na forma como as crianças interiorizam “o mundo mediático” tido frequentemente, como o mundo global, emerge a necessidade de se combater práticas negligenciadas no âmbito da procura e da captação da informação.

As crianças não devem “crescer” junto à televisão, sem a vigilância e a protecção dos educadores. Os pais têm que ser mediadores televisivos na vida dos filhos (Matos, 2006)

Por fim, é premente pensar que depois deste estudo, já fomos invadidos por centenas de notícias de indole violenta na imprensa portuguesa, porém *para mal que hoje acaba, não é remédio o de amanhã.*

Referências

- AACS (1993). Os portugueses e a violência na comunicação social. Estudo de opinião. (1993)
- Abreu, C. (2004). *A justiça e o jornalismo judiciário*. Seminário Ágora. 18 de Outubro de 2004.
- Agra, C. (2002). *O cidadão, o crime e o estado* – Prefácio. Lisboa. Editorial Notícias.
- Albarello, L., Digneffe, F., Hiernaux, J., Maroy, C., Ruquoy, D & Saint-Georges, P. (1997). Práticas e métodos de investigação em ciências sociais. Gradiva. 1997
- Almeida, L. & Freire, T. (1997). Metodologia da investigação em psicologia da educação. APPORT. Coimbra. 1997.
- Alves, A. (2004). *Comunicação persuasiva*. Seminário Internacional “ A comunicação persuasiva – como a perspectivam os Académicos e os profissionais?”. 29 e 30 de Outubro de 2004. Universidade do Minho.
- Alves, A. (1996). *Ética, media e ciências sociais na formação dos jornalistas*. Seminário Damião de Góis, 22-26 de Julho de 1996. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Universidade do Minho.
- Althusser, L. (1976). *Elementos de autocrítica*. Lisboa. Iniciativas editoriais.

- Andrés, M. (1996). *Television y Contextos Sociales en a Infancia: hábitos televisivos y juego infantil*. Revista Comunicar, nº 6. p. 129-139
- Ball-Rokeach, J. & DeFleur (1976). *A dependency model of mass media*. Communication Research, 3.
- Barata, F. (2000). *La violencia y los mass media: entre el saber criminológico y las teorías de la comunicación*. Revista Brasileira de Ciências Sociais. Nº 29, Janeiro-Março de 2000.
- Barata-Feyo, J. (1986). *O crime compensa*. Comunicação dos jornalistas portugueses. Lisboa.
- Bardim, L. *Análise de conteúdo*. Edições 70. Lisboa.
- Barros, L. (2003). *O sensacionalismo da imprensa na cobertura de crimes de natureza psicopatológica e suas consequências*. Seminário Internacional - Imprensa investigativa. Centro de estudos judiciários de Brasília. 2002.
- Bartlett, F. C. (1932). *Study in Experimental and Social Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press, 1995.
- Bachelard, G. (2006). *A epistemologia*. Edições 70.
- Balle, F. 2003. *Os media*. Porto Campo de Letras
- Bernays, E. (1928-2005). *Propaganda*. Mareantes Editora. Lisboa
- Breed, W. (1955). *Social control in the news room: a functional analysis*. Social Forces, nº33, p. 326-335.
- Breton, P. (1992). *A explosão da comunicação*. Bizâncio. Lisboa

- Bruner, J. (1990). *Actos de significado*. Edições 70. Lisboa
- Cabecinhas, R. (2002). *Media, Etnocentrismo e estereótipos sociais*. Actas do I Congresso de Ciências Sociais. Vega. Lisboa
- Cádima, F. (1999). *História, tempo e media*. Universidade Nova de Lisboa.
- Carvalho, A. (1997). *Audiências, usos e práticas sociais*. Centro de estudos de comunicação e sociedade. Universidade do Minho.
- Carvalho, M. (2007). *A construção da imagem dos imigrantes e das minorias étnicas pela imprensa portuguesa. Uma análise comparativa*. ISCTE.
- Correia, C.J. (2005). *Sociedade e comunicação: estudo sobre jornalismo e identidades*. Série Estudos em comunicação. Serviços gráficos da Universidade da Beira interior. Covilhã, 2005.
- Correia, F. (1997). *Os jornalistas e as notícias*. Caminho. Lisboa
- Costa, J. (1985). *A força bruta da comunicação em massa*. Editora Vigília.
- Cornu, D. (1994). *Jornalismo e verdade*. Editora Instituto Piaget. Lisboa
- Cotta, F. (2005). *A crise da modernidade e a insegurança social*. Revista de Humanidades, ISSN. 1518-3394. Nº 14 Março de 2005

- Coulthard, N. (1975). *An introduction to discourse*. London, Longman.
- Coelho, M. (2004). *Teorias e metodologias de intervenção*. V congresso português de Sociologia. 12-15 de Maio de 2004. Departamento de Ciências de Comunicação da Universidade do Minho.
- Cruz, M. (1995). *Os direitos de resposta na comunicação social*. Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa.
- Cunha, I. (2003). *Repensar a investigação empírica sobre os Media e o Jornalismo*. Instituto de estudos jornalísticos. Universidade de Coimbra.
- Cunha, I. & Santos, C. (2006). *Media, imigração e minorias étnicas II*. Lisboa. Observatório da imigração, ACIME.
- Cunha, I., Policarpo, V., Monteiro, T. & Felgueiras, R. (2002). *Media e discriminação: um estudo português*. Observatório, nº5. Lisboa.
- Curran, J. & Seaton, J. (1997). *Imprensa, rádio e televisão. Poder sem responsabilidade*. Instituto Piaget. Lisboa.
- Cusson, M. (2006). *Criminologia*. Casa das letras, Lisboa.
- De Carvalho, L.N (1999). *Manipulação da Opinião Pública*. Hugin Editores: Lisboa
- Defleur, M. (1966). *Teorias da Comunicação de Massa*. Jorge Zahar Editor. Rio de Janeiro, 1976.
- Dias, F. (2001). *Droga e toxicodependência na imprensa escrita - Discurso e percurso*. Instituto Piaget. Lisboa.

- Dias, J. & Andrade, M. (1997). *Criminologia: o homem delinquente e a sociedade criminógena*. Coimbra Editora. Coimbra.
- Dijk, T. (2005). *Discurso, notícia e ideologia: estudos na análise crítica do discurso*. Campo de letras editores, Porto.
- Dijk, T. (1993). *Elite discourse and racism*. Califórnia. Sage Publications.
- Douglas, M. & Wildawski, A. (1982) *Risk and culture: An essay on the selection of technological and environmental dangers*. Berkeley: University of California Press.
- Durkheim, E. (1980). *As regras do método sociológico*. Editorial Presença. Lisboa
- Fiske, J. (1990). *Introdução ao estudo da comunicação*. Asa Editores, Porto. 2001
- Ferreira, E. (1998). *Crime e Insegurança*. Oeiras: Celta editores.
- Filho, A. (2003). *Esse personagem – O vendedor*. Novo Imbondeiro Editores. Lisboa.
- Flores, T (2002). *La accion socializadora de la television en una epoca global*. Revista Comunicar nº 18 p. 35-39
- Fidalgo, J. & Oliveira, M. (2005). *Da justiça dos tribunais à barra da opinião pública. As relações entre a justiça e a comunicação social*. Mediascópio – Centro de estudos de comunicação e sociedade. Universidade do Minho
- Fonseca, A. (2008). *Psicologia e Justiça*. Almedina. Lisboa.

- Foucault, M. (1977). *Vigiar e Punir*. Editor: Vozes.
- Frias, G. (2004). *A construção social do sentimento de insegurança em Portugal na actualidade*. VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais. Centro de estudos sociais. Coimbra. 2004
- Gabriel, J. & Greve, W. (2003). *The psychology of Fear of crime*.
- Garofalo, J. (1981). *The fear of crime: causes and consequences*. Journal of criminal law and Criminology, 72, 839-857.
- Garcia-Marques, L. (2000). *O inferno são os outros. Psicologia Social*. in Vala, J & Monteiro, M. (2000) Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa.
- Gleitman, H. (1999) *Psicologia*. Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa. 1999
- Goldenberg, M. (2001) *A arte de pesquisar*. Record Editorial, 6ª ed. 2001.
- Hackett, R. (1984). *Declínio de um paradigma? A parcialidade e a objectividade nos estudos dos media noticiosos*. Nelson Traquina (orgs) Jornalismo: questões. Teorias e histórias. 1999. Lisboa. Vega
- Heberlê, A. & Sapper, S. (2006). *Mídia, produção de notícias e significação*. Unirevista. Vol. 1, nº3.
- James, M. 1993). *Crime prevention for older australians*. Australians institute of Criminology.

- Jesuino, J. (1993). *A Psicologia social europeia*. A Psicologia Social. Vala, J. & Monteiro, M. (Eds) Fundação Calouste Gulbenkian.
- Katz, E. (1979). *Os acontecimentos mediáticos: o sentido de ocasião*. Nelson Traquina (orgs) Jornalismo: questões. Teorias e histórias. 1999. Lisboa. Vega
- Lagardette, J. (1998). *Manual da escrita jornalística*. Editora Pergaminho. Lisboa
- Le Bon, G. (1983). *Psicologia das multidões*. Publicações Europa-América. Lisboa
- Legoff, J. (1984). *Documento-Monumento*. Memória história, vol.1. IN-CM. Lisboa.
- Letria, J.J (2001). *O Terrorismo e os “Media”*. Hugin Editores: Lisboa
- Leyens (1986). *Representações sociais e justiça*. Análise psicológica. 3/4 (IV) 359-368
- Lima, M. (2005). *Percepção de riscos ambientais*. Contextos humanos e Psicologia Ambiental. Soczka, L. (org.). Fundação Caloute Gulbenkian, Lisboa. 2005.
- Lopes, F. (2000). *As fontes, os jornalistas e as leis*. Comunicação e sociedade 2, cadernos do noroeste, série Comunicação, Vol. 14 (1-2), p. 339-349.
- Luhmann, N. (2000), *La realidade de los medios de masas*. Barcelona

- Machado, C. (2004). *Crime e Insegurança*. Lisboa Editorial Notícias
- Marques, J.; Paéz, D. (2000). *Processos cognitivos e estereótipos sociais* In: J. Vala, M. B. Monteiro (cords.),. *Psicologia Social* (2000). Fundação Calouste Gulbenkian.
- Matos, A. (2006). *Televisão e violência*. Lisboa. Almedina. 2006
- Mcquail, D. (1994). *Mass communication theory*. Sage, 3ª ed.
- Martins, M. (2004). *O quotidiano e os media*. Universidade do Minho. Centro de estudos de comunicação e sociedade.
- Mattelart, M. (1997). *História das teorias da comunicação*. Campo de letras editores. Porto.
- Melo, B. & Lima, L. (2007). *Efeitos da comunicação em massa*. Jornadas científicas dos alunos de comunicação social, Faculdade de Comunicação Social. JK. 2007-
- Mesquita, M. (2003). *O êxito do folhetim judiciário*. Público. 14 de Fevereiro de 2003.
- Mesquita, M. & Rebelo, J. (1994). *O 25 de Abril nos Media Internacionais*. Porto, Afronateamento.
- Mcluhan, M. (19649). *Compreender os meios de comunicação*. *Extensões do homem*. Relógio D'água Editores, Lisboa. 2008
- Molotch, H. & Lester, M. (1974). *As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos*. Nelson Traquina (orgs) *Jornalismo: questões. Teorias e histórias*. 1999. Lisboa. Vega

- Moreira, V. (1994). *O direito de resposta na comunicação social*.
Coimbra Editora.
- Morin, E. (1977). *O método I. A natureza da natureza*. 2ª ed.
Lisboa. Publicações Europa-América. Lisboa
- Monteiro, M. (1999). *Meios de comunicação social e construção da realidade social: crescer com a violência televisiva em Portugal*. *Psicológica*, Vol XII (2), 321-339.
- Nietzsche, F. (1873). *Sobre a verdade e a mentira*. Editora Hedra. São Paulo. 2007
- Nogueira, C. e Fidalgo, L. (1995). *Análise do discurso: o poder das palavras*. Associação dos Psicólogos Portugueses. 1995
- Nora, P. (1987). *O regresso do acontecimento*. Fazer história I. Lisboa, Bertrand Editora.
- Oliveira, I. (2003). *Teorias da comunicação*. Virtual Books. M & M Editores.
- O'Neill, A. (1999). *Amanhã aconteceu*. Ombro na ombreira. Relógio d'água. Lisboa
- Penedo, C. (2003). *Os crimes nos media. O que nos dizem as notícias quando nos falam de crime*. Lisboa. Livros Horizonte.
- Pereira, R. (2007). *Mediatização da Justiça*. Correio da Manhã. 11 de Fevereiro de 2007. *In verbis*. Revista digital de justiça e sociedade – Portal Verbo Jurídico

- Pereira, S. (2003). *As crianças, a guerra e os meios de comunicação*. Instituto de Estudos da criança. Universidade do Minho.
- Pereira, S. (1999), *A televisão e a família. Processos de mediação com crianças em idade pré-escolar*. Braga. IEC - CESC
- Piaget, J. & Garcia, R. (1987). *Psicogénese e histórias das ciências*. Publicações Dom Quixote. Lisboa.
- Pinto, M. (2000). *Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo*. Comunicação e sociedade 2, cadernos do noroeste, série Comunicação, Vol. 14 (1-2); p. 277-294.
- Poiars, C. (1993). *Filosofias da criminalização primária. Criminalização e comportamento desviante*. Comunicação apresentada em 26 de Novembro de 1993, no curso de Criminologia. Centro de estudos judiciais
- Poiars & Crugeira. (1999). *Justiça e Intervenção Mediática – Um espaço para a Psicologia*. Sub Judice 15/16 p. 29-32.
- Poiars, C. (2001) Da justiça à psicologia: razões e trajectórias. *In* Sub Judice – justiça e sociedade (eds.). Psicologia e Justiça: razões e trajectos, 22/23; 25-35.
- Poiars, C. (2006). *Da Psicologia do Testemunho às Motivações Ajurídicas do Sentenciar: a construção de uma verdade*. *In* III Congresso Internacional da Área de Psicologia Criminal e do Comportamento Desviante – Nas margens da vida.

- Popper, K. (1984). *Em busca de um mundo melhor*. 2ª ed. Fragmentos. Lisboa. (1989)
- Potter, J. & Wetherell, M. (1987). *Discourse and Social Psychology*. London, Sage.
- Ramos, R. (1996). *O discurso de opinião como discurso polémico: aspectos da sua configuração e da interacção social*. Porto, Faculdade de letras.
- Ramos, R. (2000). *Dimensões do discurso ambientalista nos media: uma abordagem exploratória*. Comunicação apresentada no 7º Encontro de estudos portugueses. Universidade de Aveiro.
- Rebelo, J.; Ponte, C.; Férin, I.; Malho, M.; Brites, R. & Oliveira, V. (2008). *Estudo da recepção dos meios de comunicação social*. Entidade Reguladora da Comunicação Social. (2008)
- Rêgo, X. (2007). *A cidade, espaço produtor de desordem: relações entre a mobilidade residencial e o sentimento de insegurança no centro/baixa do Porto*. ISCTE.
- Reto, L. & Lopes, A. (1980). *Objectividade e ciências sociais – o caso da Psicologia*. *Análise psicológica*. 2 (1) p. 185-192.
- Ribeiro, G. (s/d). *Ética, cidadania e (in)segurança pública: vantagens e dividendos da política de “quanto pior, melhor”*. Grupo de estudos, pesquisas e projectos sociojurídicos. Faculdade de Serviço Social Maceió.
- Roché, S. (1993). *Le sentiment d’insecurité*. Paris. PUF.

- Rodrigues, A. (1988). *O acontecimento*. Centro de estudos de Comunicação e linguagens. Jornalismo: Questões, teorias e “estórias”. Nelson Traquina (org.). 1999. Lisboa. Vega
- Rodrigues, C. (1999). *Comunicar e Julgar*. Minerva. Coimbra.
- Romer, D., Jamieson, K & Aday, S. (2003). *Television News and the Cultivation of Fear of Crime*. Journal of Communication, 53 (1)
- Sá, T. (2000). *Segurança e o seu sentimento na cidade*. Comunicação apresentada no IV Congresso português de Sociologia, Coimbra. APS – Publicações. 2000
- Santos, H. (2003). *A reacção da imprensa diária portuguesa à detenção de uma vedeta da comunicação*. Centro de estudos de comunicação e sociedade. I congresso luso-brasileiro de estudos jornalísticos. Universidade Fernando Pessoa, Porto .10, 11 Abril de 2003.
- Saperas, E. (1987). *Os efeitos cognitivos da comunicação e massas*. Edições Asa. Porto
- Schudson, M. (1982). *A política da forma narrativa: a emergência das convenções noticiosas na imprensa e na televisão*. Jornalismo: Questões, teorias e “estórias”. Nelson Traquina (org.). 1999. Lisboa. Vega
- Silva, J. (2003). *A justiça e a comunicação social*. Porto: Fólio Edições

- Silveirinha, M., & Castro, A. (2004). *A construção discursiva dos imigrantes na imprensa*. Revista Crítica de Ciências Sociais, nº 69. P. 117-137.
- Slovic, P. (1993). *Perceived risk, trust and democracy*. Risk analysis, nº13.
- Sousa, J. (2003). *Informação e justiça*. Jornal de Notícias; 8 de Fevereiro de 2003.
- Sousa, H. (2001). *Políticas da comunicação em Portugal: Actores, decisões e não decisões*. Comunicação apresentada na Sessão Políticas de Comunicação do I Congresso Ibérico de Comunicação, Málaga, 7-9 de Maio de 2001.
- Sousa, J. (s/d). *Por que as notícias são como são? – Construindo uma teoria da notícia*. Universidade Fernando Pessoa. Porto
- Soczka, L. (1993). Para uma perspectiva ecológica em Psicologia social. A Psicologia Social. Vala, J. & Monteiro, M. (Eds) Fundação Calouste Gulbenkian.
- Sparks, C. (2000). *The panic over tabloid news*. Sparks, C. & Tulloch, J. (orgs) Tabloid tales. Global debates over media standards, Maryland, Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Tarde, G. (1991). *Opinião e as massas*. Publicações Europa-América. Lisboa
- Tuchman, G. (1971). *A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas*. Nelson Traquina (orgs) Jornalismo: questões. Teorias e estórias. 1999. Lisboa. Vega

- Vala, J. (1999). *Representações sociais e psicologia social do conhecimento*, in Vala, J & Monteiro, M. (2000) Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa.
- Vala, J. (1999). *A análise de conteúdo*. Silva, A. & Pinto, M. (orgs), Metodologia das ciências sociais. Edições Afrontamento, Porto.
- Valério, M. (2006). *O sentimento de insegurança – Variáveis e enquadramento teórico*. Escola Superior de Desenvolvimento Social e Comunitário. Vila nova de Gaia.
- Wolf, M. (1995). *Teorias da Comunicação* 4ª ed. Lisboa. Editorial Presença.
- Wolf, M. (1987). *Teorias da Comunicação*. Lisboa. Editorial Presença.
- Wheeler, J.L (2001). *Comandados à Distância*. Publicações Atlântico. Lisboa

ANEXOS

Análise Fáctica ou Documental**Jornal** _____

1. Número Total de notícias na primeira página.

2. Número total de notícias crime na primeira página

NOTÍCIA 1**A**

3. Tamanho da notícia:

Pequena	Média	Grande	Muito Grande
----------------	--------------	---------------	---------------------

4. Informação/Facto tratado pela notícia:

--

5. Localidade do Crime:

Zona Sul	Zona Centro	Zona Norte	Ilhas	Interna cional	Não Refere
---------------------	------------------------	-----------------------	--------------	---------------------------	-----------------------

6. Agressor / arguido

1. Agressor	Refere	Não Refere	Não Aplicável
--------------------	---------------	-------------------	--------------------------

2. Foto	Refere	Não Refere	Não Aplicável
3. Género	Refere Qual? -----	Não Refere	Não Aplicável
4. Idade	Refere	Não Refere	Não Aplicável
5. Etnia	Refere	Não Refere	Não Aplicável
6. Nacionalidade	Refere Qual? -----	Não refere	Não Aplicável
7. Profissão	Refere	Não Refere	Não aplicável
8. Comp. Aditivos	Refere	Não Refere	Não aplicável
9. Situação Médica	Refere	Não Refere	Não aplicável
10. Antecedentes Criminais	Refere	Não Refere	Não aplicável

7. Vítima

1. Vítima	Refere	Não Refere	Não Aplicável
2. Foto	Refere	Não Refere	Não Aplicável
3. Género	Refere Qual? -----	Não Refere	Não Aplicável
4. Idade	Refere	Não Refere	Não Aplicável
5. Etnia	Refere	Não Refere	Não Aplicável
6. Nacionalidade	Refere Qual? -----	Não refere	Não Aplicável
7. Profissão	Refere	Não Refere	Não aplicável
8. Comp. Aditivos	Refere	Não Refere	Não aplicável

9. Situação Médica	Refere	Não Refere	Não aplicável
10. Antecedentes Criminais	Refere	Não Refere	Não aplicável

B - ANÁLISE DE CONTEÚDO – N. 1

PALAVRA	FREQUÊNCIA	TOTAL

Observações:

NOTÍCIA 2

A

8. Tamanho da notícia:

Pequena	Média	Grande	Muito Grande
----------------	--------------	---------------	---------------------

9. Informação/Facto tratado pela notícia:

--

10. Localidade do Crime:

Zona Sul	Zona Centro	Zona Norte	Ilhas	Internacional	Não Refere
-----------------	--------------------	-------------------	--------------	----------------------	-------------------

11. Agressor / arguido

1. Agressor	Refere	Não Refere	Não Aplicável
2. Foto	Refere	Não Refere	Não Aplicável
3. Género	Refere Qual?	Não Refere	Não Aplicável
4. Idade	Refere	Não Refere	Não Aplicável
5. Etnia	Refere	Não Refere	Não

			Aplicável
6. Nacionalidade	Refere Qual?	Não refere	Não Aplicável
7. Profissão	Refere	Não Refere	Não aplicável
8. Comp. Aditivos	Refere	Não Refere	Não aplicável
9. Situação Médica	Refere	Não Refere	Não aplicável
10. Antecedentes Criminais	Refere	Não Refere	Não aplicável

10. Vítima

1. Vítima	Refere	Não Refere	Não Aplicável
2. Foto	Refere	Não Refere	Não Aplicável
3. Género	Refere	Não Refere	Não

	Qual? -----		Aplicável
4. Idade	Refere	Não Refere	Não Aplicável
5. Etnia	Refere	Não Refere	Não Aplicável
6. Nacionalidade	Refere Qual? -----	Não refere	Não Aplicável
7. Profissão	Refere	Não Refere	Não aplicável
8. Comp. Aditivos	Refere	Não Refere	Não aplicável
9. Situação Médica	Refere	Não Refere	Não aplicável
10. Antecedentes Criminais	Refere	Não Refere	Não aplicável

B - ANÁLISE DE CONTEÚDO – N. 2

PALAVRA	FREQUÊNCIA	TOTAL

Observações:
