

JOÃO CORRÊA-CARDOSO
MARIA DO CÉU FIALHO
(Coordenadores)

A LINGUAGEM NA PÓLIS

IMPRESA DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA
COIMBRA UNIVERSITY PRESS



ANÁLISES DOS MEDIA: DO CONTEÚDO AO DISCURSO

Isabel Ferin Cunba
Universidade de Coimbra
barone.ferin@gmail.com

Resumo: Neste artigo faz-se uma síntese das teorias que, desde o início das pesquisas em Comunicação no começo do século XX, têm informado a análise dos Media. Com este objectivo traça-se os percursos teóricos e metodológicos que têm orientado as análises de conteúdo, de pendor quantitativo, e as análises de sentidos e significações, de cariz mais qualitativo. Discute-se, ainda, a instrumentalização e operacionalidade de alguns conceitos e procedimentos presentes na análise dos Media e pertencentes a disciplinas e campos do saber, tais como a Sociologia da Comunicação, a Linguística e a Análise do Discurso. Como ilustração utilizam-se exemplos dos Estudos sobre a Imigração.

Palavras chave: Análise dos Media, Análise do Conteúdo, Análise textual, Linguística e Análise do Discurso.

Summary: This article undertakes a synthesis of the theories which, since the beginning of research in communication at the start of twentieth-century, has informed media analysis. With this objective, they delineate the theoretical and methodological paths, which have guided content analysis, of a quality tendency, and the analysis of directions and meanings, of a more qualitative nature.

It also deals with, the instrumentalisation and operability of some concepts and procedures found in media analysis and belonging to such discipli-

nes and fields of knowledge such as: the Sociology of Communication, Linguistics and Discourse Analysis. Immigration Studies is one area used to illustrate such examples.

Key words: Media analysis, content analysis, textual analysis, linguistics and discourse analysis

Introdução

A análise dos Media é uma tarefa complexa e multidisciplinar que articula o conceito de análise e de Media. O que é uma análise? E o que são os Media? Por análise entende-se um conjunto de procedimentos (e técnicas) ancorados em disciplinas e conceitos com vista a extrair conteúdos e sentidos veiculados pelos meios de comunicação impressos, radiofónicos, televisivos e on-line. A análise dos conteúdos e sentidos pode incidir, por exemplo, sobre apenas um ou um conjunto de textos impressos, sobre uma imagem televisiva ou um conjunto de programas televisivos, sobre uma notícia de jornal com fotografia ou um conjunto de fotografias num jornal, bem como sobre o desenho de um site ou a informação por este suportada. São, assim, muitos os níveis de análise possíveis, bem como são muito variados os dispositivos mediáticos que veiculam conteúdos e sentidos.

Em função dos objectivos definidos pela investigação a análise pode centrar-se nos conteúdos manifestos – por exemplo, em textos escritos, imagens ou sons – mas também, nas estruturas narrativas de textos – impressos, televisivos ou *on-line* – ou ainda em discursos, entendidos como unidades de expressão – escrita, oral, visual, sonora ou mista – que articulam as linguagens com a estrutura social. No seguimento desta observação pode-se ainda considerar que há duas tendências ou visões de mundo, que estruturam a análise dos Media: uma concepção empírica do conhecimento do mundo e

uma perspectiva construtivista sobre o que se pode conhecer sobre o mundo.

Na primeira abordagem privilegia-se a ideia de que o mundo real e objectivo existe para além dos sujeitos pensantes e que os seres humanos têm acesso a esse mundo real através dos sentidos. Ainda segundo a concepção empírica, os fenómenos podem ser conhecidos quando se elimina o subjectivismo e se empreende a recolha regular de evidências, dentro do princípio que um bom conhecimento empírico resulta da correspondência entre as evidências descritas e interpretadas e o mundo que “está la fora”.

A perspectiva construtivista entende que a evidência é sempre observada por indivíduos e que a interpretação decorre de subjectividades. Neste sentido, as ideias (teorias) e a experiência (codificada pelas linguagens) estruturam a forma como se acolhe e interpretam os fenómenos, sendo o conhecimento, simultaneamente, o resultado de um processo cognitivo interno – em que se decide sobre o que pensar – e os dispositivos teóricos e metodológicos utilizados na reflexão sobre um assunto, tema ou fenómeno.

A análise dos Media deve ter ainda em consideração as particularidades de cada Media. Isto é, cada meio de comunicação, por razões inerentes à sua funcionalidade, exige uma forma de expressão apropriada, condicionada quer pelos dispositivos tecnológicos do meio, quer pelos públicos/consumidores a que se dirige. Por exemplo, numa perspectiva histórica a imprensa dirige-se a um público alfabetizado, oferecendo uma informação mais aprofundada; a rádio tende a ter uma informação mais condensada e a desenvolver, separadamente, rubricas relativas a determinados temas; a televisão procura os directos e a informação de última hora ao mesmo tempo que, através de líderes de opinião reconhecidos pela sociedade, procura aprofundar determinadas temáticas; nos jornais *on-line* a interactividade e o imediatismo são valorizados e a informação está em constante mutação.

Acresce ainda que os meios de comunicação são empresas, públicas ou privadas, sujeitas a cadernos de encargos que estipulam direitos e deveres. Estas empresas, que visam o lucro, ou pelo menos (como nos meios públicos) não provocar prejuízos, têm estratégias próprias de actuação, nomeadamente, no mercado mediático e publicitário. Recuperando McQuail (1992: 142), os *Media* inserem-se na sociedade e encontram-se sujeitos a pressões políticas, económicas e sociais. No domínio da política, convém salientar que os meios de comunicação funcionam dentro de um quadro legislativo, definido pelo Estado e pela União Europeia, que regula as concessões e promove a regulação e a auto-regulação. Dentro de um enquadramento económico os meios estão sujeitos a pressões financeiras, a estratégias de fusão nacionais e internacionais, bem como a mudanças estruturais que decorrem dos desenvolvimentos tecnológicos, nomeadamente dos avanços nas telecomunicações e no digital. Não são ainda de desprezar as pressões decorrentes da concorrência, do excesso de oferta no mesmo segmento mediático e da partilha de mercado publicitário. Na área social os *Media* dependem das audiências, mas estas estão vinculadas a factores estruturais, como a cultura, a escolaridade, a participação cívica e política dos cidadãos. Estes componentes sociais condicionam a qualidade dos *Media*, não só numa perspectiva interna (qualidade dos profissionais e da programação) como externa (expectativas das audiências e conseqüente oferta de publicidade).

Nesta exposição, na medida em que se abordará como um estudo de caso, é ainda importante definir o que se entende por Imigração. Discorrer sobre a Imigração é falar de Migrações, um fenómeno recorrente na história da Humanidade. O que distingue as Migrações actuais são os destinos (Europa, Estados Unidos, Austrália e Nova Zelândia) e a dimensão e visibilidade destes movimentos. Há cerca de 200 milhões de pessoas deslocadas no mundo, o que corresponde a 2,8 da população mundial (Castles e Miller, 2003). Os que migram

não são necessariamente os mais pobres, com excepção para os refugiados, mas sim os que dispõem de contactos no exterior – familiares, vizinhos, conhecidos – e algumas economias para aguentarem, ou pagarem, o período de instalação. Migram sobretudo os jovens, homens, mas também mulheres, estas cada vez mais escolarizadas e aspirando a uma vida independente. A feminização e a mobilidade de estudantes, oriundos de países terceiros, constituem factores referenciados como impulsionadores de novos fluxos migratórios.

Na medida em que as fronteiras do mundo ocidental se fecham, surgem novas figuras sociais, jurídicas e económicas associadas às migrações: os imigrantes residentes, os temporários, os imigrantes com contracto de trabalho, os ilegais, os clandestinos, os sem papéis, os migrantes pendulares, os migrantes sazonais, os refugiados, os que vivem completamente fora da sociedade oficial, como grande parte dos latino-americanos nos Estados Unidos. Estas «novas figuras sociais» são amplamente exploradas e consolidadas, numa perspectiva negativa e positiva, pelos meios de comunicação e pelas indústrias de conteúdo, com destaque para as televisões e a *world music* (Appadurai, 2004).

Como afirma Wenden (2005:19), 60% dos estrangeiros instalados na Europa têm mais de dez anos de permanência nos países de acolhimento e constituem cerca de 6% da população europeia. Entre os países com maior percentagem de imigrantes está o Luxemburgo, com mais de 10% de estrangeiros de origem portuguesa, e a Alemanha, com aproximadamente 3 milhões de imigrantes de origem turca. Neste contexto, Portugal constitui um caso particular na medida em que, se, por um lado, continua a ser um país atractivo para os imigrantes – apesar do decréscimo de renovações de visto de trabalho sinalizadas nos anos de 2005 e 2006 –, por outro, têm vindo a crescer os dados e as notícias nos meios de comunicação sobre emigração de portugueses para outros países europeus como a Holanda, a Inglaterra e a Alemanha.

Entre os mecanismos de “defesa e construção” de um espaço europeu de circulação salienta-se o Acordo de Schengen, assinado inicialmente em 1985 e paulatinamente estendido a todos os países que vão integrando a Comunidade Europeia. Este dispositivo constitui, para os cidadãos europeus, a garantia de circulação sem fronteiras, mas obriga os cidadãos de países terceiros a obterem um visto Schengen para visitarem ou permanecerem nestes países. Por exigências de adequação e eficiência, a fronteira Schengen abrangia, em 2007, apenas 15 países e não os 27 que constituem a União Europeia. O espaço Schengen, como é designado o território delimitado pela fronteira comum, encontra-se dotado de um sistema único informatizado de controlo de entradas e de registo de dados que é partilhado por todos os membros comunitários aderentes. A existência da fronteira Schengen obriga os países europeus a possuírem centros de acolhimento temporário para imigrantes em situação ilegal e, ao mesmo tempo, legislação complementar que permita a expulsão e o registo destes imigrantes no sistema Schengen. São estes mecanismos que geram muitas das notícias de imprensa e de televisão em Portugal referentes aos centros de acolhimento, as que reportam a expulsão e deportação de imigrantes detectados em situação irregular, assim como as que enfatizam acções da polícia, terrestre e marítima, contra a imigração clandestina no Mediterrâneo e o Sul da Península Ibérica.

Na última década, os mecanismos de integração têm vindo a multiplicar-se em diferentes frentes, em toda a Europa, salientando-se os aspectos relativos à obtenção da nacionalidade, as políticas de promoção da igualdade de oportunidades e a vigilância e punição aos empregadores e angariadores de mão de obra clandestina. É ainda de referir, dentro destas políticas, as campanhas contra a discriminação social, com recurso aos meios de comunicação, e as periódicas sondagens sobre a percepção de factores de discriminação e atitudes face aos migrantes.

Este artigo abordará, em seguida, as análises quantitativas e qualitativas dos Media, discorrendo sobre as questões metodológicas e teóricas, bem como enunciando os aspectos positivos e negativos destas abordagens. Para maior compreensão da exposição, recorre-se a exemplos dos Media e da imigração.

Análises de Conteúdo

Uma das questões de investigação determinante na análise dos Media é, sem dúvida, o volume e a diversidade de objectos a analisar. Os meios de comunicação veiculam muitas mensagens, em suportes muito variados, que podem ser objecto de um leque alargado de pesquisas. A finalidade deste tipo de análise é procurar determinar os conteúdos e os sentidos das mensagens emitidas pelos Media e quantificar, através de procedimentos estatísticos e computacionais, as características salientes e manifestas de um conjunto alargado de documentos.

Por exemplo, como responder à pergunta: quais os temas mais focados sobre a Imigração nos jornais diários portugueses?

O percurso da resposta contempla vários passos:

1. Qual é o *corpus* de análise? (isto é, quais os jornais que constituirão o objecto de análise? Todos os jornais diários publicados em Portugal ou apenas os diários de âmbito nacional, em detrimento dos de âmbito regional?);

2. Qual o período de análise? Definir um período de análise é muito importante, não só porque os jornais diários tendem a incorporar os ritmos e os temas sazonais (um número de Agosto apresenta, na generalidade, temáticas que não surgem em Novembro ou Dezembro) como porque o período seleccionado pode determinar a natureza do estudo (representativo, exploratório, etc...);

3. Como se identificam e codificam as notícias sobre Imigração? A identificação e a codificação exigem conhecimento da área e instrumentos de selecção de conteúdos fundados em unidades de análise (por exemplo, os títulos e subtítulos, os dois primeiros parágrafos, etc.). A decisão sobre a matéria a analisar deve ter em conta factores externos – tais como a dimensão da tarefa, a exequibilidade da mesma, o tempo para obtenção de resultados, os recursos humanos e tecnológicos disponíveis – e internos, nomeadamente os aparatos teóricos e metodológicos de análise;

4. Como se analisam as notícias? A análise faz-se com base no conhecimento de área e em unidades de amostragem sintáticas (palavras e núcleos de palavras), proposicionais (frases ou parágrafos), temáticas ou semânticas, onde é necessário um significativo trabalho de construção do analista.

A este conjunto de procedimentos, que se acabou de referir, dá-se o nome de análise de conteúdo (AC), um modelo aplicável às ciências sociais empíricas, que permite traçar “panorâmicas” sobre um grande conjunto de textos. No entanto, estes procedimentos não são aconselháveis para chegar a resultados mais aprofundados sobre textos e discursos ou ainda sobre questões de natureza ética e retórica.

Nos primórdios da AC estão os trabalhos do sociólogo alemão Max Weber, em 1927, que, através da análise dos jornais, pretendia conhecer a sociedade do seu tempo, ao levantar tendências comportamentais. Paul Lazarsfeld e Harold Lasswell, dois fundadores da pesquisa em comunicação, nos anos 20 e 30 do século passado, vão aplicar de forma sistemática a análise de conteúdo a documentos sobre a I Guerra Mundial. Para Berelson (1952: 147) que trabalhou com Lazarsfeld, a análise do conteúdo é uma técnica de pesquisa que tem como objectivo descrever, de forma sistemática e quantitativa, o conteúdo manifesto das mensagens de comunicação. O objectivo

desta análise é quantificar e tratar estatisticamente dados relevados de um conjunto alargado de textos (impressos, visuais, sonoros, etc...) com vista a construir inferências e interpretações. A análise de conteúdo faz-se sobre textos (impressos, visuais ou sonoros) que normalmente foram construídos com outros objectivos. Por exemplo, faz-se análise de conteúdo de jornais televisivos, de programas de ficção, de músicas pop, rap, etc...

A ênfase na “objectividade” e no “manifesto” revela as ambições científicas desta metodologia de análise no estudo dos fenómenos sociais e humanos, embora as críticas se tenham avolumado em torno dos critérios que presidem à objectividade e à identificação dos conteúdos manifestos. Esta metodologia dá, segundo Bauer e Gaskell (2000:194), seis respostas possíveis a perguntas colocadas pelos investigadores: uma resposta descritiva (quantas notícias o jornal diário X publicou sobre imigração); uma resposta normativa, sobre a construção de constâncias ou “padrões” (por exemplo, “padrões” de cobertura da imigração); análises trans-seccionais (por exemplo, dois jornais cobrindo uma notícia específica durante um mês); análises longitudinais (em que se compara, no mesmo contexto, a cobertura da imigração por um tempo longo); análises de indicadores culturais, em que, em conjunto com análises de conteúdo longitudinais e outro tipo de análises qualitativas, se levantam mapas de tendências de comportamento sociais.

A AC tem, antes de mais, como pré-requisito metodológico o levantamento de contextos e factores históricos, económicos e sociais que rodeiam o material, objecto, texto ou dados a analisar. Por exemplo, antes de iniciar uma análise dos Media sobre a Imigração em Portugal, é necessário reconstruir, brevemente, a história da Imigração em Portugal, levantar as estatísticas da Imigração neste país, e talvez compará-las com outros países europeus geograficamente próximos. É também conveniente identificar qual a origem dos imigrantes e os motivos porque procuram o país. São estes co-

nhecimentos sistematizados que permitirão ao pesquisador formular hipóteses de trabalho, possibilitando o levantamento de categorias de análise de conteúdo.

Um outro requisito metodológico consiste na revisão da literatura da especialidade e a identificação de pesquisas com metodologias e objectivos semelhantes. Fazendo este percurso, economiza-se tempo, evita-se repetir pesquisas anteriores e, eventualmente, erros, aprofundando hipóteses anteriormente esboçadas. Assim, ao iniciar uma pesquisa sobre Imigrantes em Portugal, convém fazer uma pesquisa bibliográfica em centros de documentação especializados e em bibliotecas *on-line* sobre este assunto e, caso não exista uma pesquisa sobre o mesmo tema ou temas correlatos registada em Portugal, pesquisar outros trabalhos no âmbito de países da União Europeia.

A partir da década de 50 do século passado e até hoje, tal como refere Bauer e Gaskell (2000: 190), a análise de conteúdo foi aplicada em muitos estudos, inclusive sobre o racismo, nomeadamente no Reino Unido e nos Estados Unidos (Cottle: 2000). Esta metodologia permite obter resultados face a uma avultada quantidade de objectos ou matérias, permitindo levantar, através de certas categorias conceptuais, os seus conteúdos manifestos. No geral, estes procedimentos tiveram e têm, como objectivo principal, traçar as tendências de cobertura jornalística em situações controversas e de conflito, tais como motins raciais, conflitos urbanos, saúde pública, etc... (Hall et al., 1978)

Por exemplo, no “Projecto Media e Imigração” que analisa o conteúdo de diários, semanários e revistas portuguesas de 2003 a 2008, conclui-se que a Imigração está constantemente associada ao “Crime” e a situações de alarme social.

Quadro I - Temas dominantes na imprensa (2003-2008)
em percentagens

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

Como se observa neste quadro, a constância dos valores registados em “Crime” permite concluir que é uma tendência e um padrão de cobertura sobre a Imigração, mas não permite aprofundar, nem a natureza do “Crime” nem se os imigrantes são os actores activos (criminosos) ou passivos (vítimas) do “Crime”.

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

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

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

Mas, apesar deste quadro permitir perceber que há um grande número de notícias em que os imigrantes surgem como autores

de “Crime” e ser possível, através de outros cruzamentos estatísticos, conhecer quais são os imigrantes ou grupos minoritários mais associados pelos Media a estes fenómenos, a AC não permite identificar os sentidos dos discursos que originam estas imputações. Assim, a crítica que se faz a esta metodologia é, simultaneamente, concentrar-se e simplificar demasiadamente o levantamento de grandes saliências temáticas, dando a todas igual peso e tratamento, esquecendo que há relações de sentido que não são possíveis de determinar a partir desses levantamentos.

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

Análises Textuais

A AC é a forma de análise dos Media com maior tradição de pesquisa, sobretudo nos Estados Unidos e noutros países anglo-saxónicos. Como se expôs anteriormente, esta metodologia visa obter resultados fundamentalmente quantitativos, apesar de integrar nos procedimentos aspectos da análise textual tais como as “leituras flutuantes”, o levantamento de categorias temáticas e, mais recentemente, elementos que permitem aferir aspectos argumentativos e de retórica.

Quando se fala de “Análises Qualitativas” nos Media, está, em primeiro lugar, a autonomizarem-se as análises textuais face às análises de conteúdo e estatísticas e, em seguida, a fazer-se referência

a outro quadro teórico e metodológico como, por exemplo, as pesquisas etnográficas.

Nesta parte da exposição pretende-se apenas discorrer sobre as análises textuais ou de texto, que têm uma história teórica e metodológica mais recente, fundamentalmente, inscrita nos países europeus. Salienta-se que, enquanto a AC é uma metodologia de análise dos Media com grande proximidade às Ciências Sociais, em geral, e à Sociologia, em especial, as análises textuais estão preferencialmente associadas às Humanidades, sobretudo aos desenvolvimentos da Linguística, dos Estudos Literários e da Filosofia. Entre as análises ditas qualitativas e textuais destacam-se duas correntes, designadas genericamente por: análises semióticas, semiológicas e estruturalistas e a linguística crítica, que integra a designada “Análise Crítica do Discurso”. Ao avançar com estas classificações tem-se consciência não só da simplicidade teórica, como da imprecisão destes “rótulos”, mas o objectivo é descrever, de forma sucinta, tendências de análise das mensagens e dos sentidos dos Media.

Entre a década de 70 e o início da década de 80 do século XX, a corrente semiótica alcançou relevância teórica e académica notória que, em parte, se consolidou em função das alianças estabelecidas com o movimento estruturalista. O cinema foi o objecto de análise por excelência deste movimento de reflexão que, não propondo um método como a AC, surgia preferencialmente como uma constelação de estudos sobre arte, literatura, antropologia e cultura de massas, onde o uso de conceitos e instrumentos linguísticos é apenas esporádico (Woolacott, 1995: 94-95). Assinala-se, no entanto, que muitos destes conceitos migraram para os estudos sobre os Media, independentemente, de serem difíceis de aplicar à análise de mensagens veiculadas pelos meios de comunicação.

Dos princípios desenvolvidos pelo linguista suíço, Ferdinand de Saussure (1857-1913), os estudos sobre os Media tiraram a ideia que o sentido emana do sistema de linguagem com base no qual se

fala, pensa e escreve e que se devem estudar os sistemas de sentido presentes na vida social, por exemplo, os sistemas de comunicação, os rituais, a moda. Convém recordar que Saussure considera a linguagem como um complexo conjunto de processos resultantes da actividade psíquica condicionada pela vida social; a língua como um conjunto de convenções necessárias adoptadas pelo corpo social compreendendo o sistema gramatical, lexical e fonético e a fala como execução individual da linguagem. Dentro desta concepção, a língua é composta por unidades discretas que definem uma combinatória, sendo que os signos se apresentam como as unidades fundamentais da língua que unificam um significado (conceito) e um significante (imagem acústica). Por sua vez, o significado está ligado arbitrariamente a um conjunto de fonemas que lhe servem de significante, sendo que a arbitrariedade está no facto de um signo, e não um outro, ser aplicado a um determinado elemento da realidade e se relacionarem através da oposição e não na diferença.

Nesta linha teórica, foram desenvolvidos estudos empíricos, no final da década de 60 e nos anos 70 do século XX, sobre léxico e vocabulário associados a diversos temas, nomeadamente à imigração e ao trabalho. Por exemplo, os trabalhos de Michel Pêcheux (1969) sobre a Análise automática do discurso, partem do princípio de que a linguagem reflecte a História e as relações de poder, sendo possível, através de levantamentos automático de vocabulário mapear os grandes campos de sentido (campos semânticos) de um texto. Assim, uma notícia sobre operários ou imigrantes revelará a memória histórica e cultural e as relações de poder plasmadas na linguagem utilizada.

Na esteira desta distinção saussureana, a linguagem da comunicação apresenta-se como um campo alargado de reflexão interdisciplinar que abrange a linguagem verbal, as linguagens não-verbais (gesto, som, imagem, ocupação espacial, etc..) e as linguagens derivadas dos dispositivos tecnológicos inerentes a cada

meio de comunicação (Babin, 1993). Na concepção de sistema da linguagem é central o conceito de signo que envolve o significado, o significante e uma substância de expressão cuja razão de ser não reside necessariamente na significação. Por exemplo, o vestuário serve para as pessoas se cobrirem das intempéries, mas também para significar socialmente um estilo de vida ou demonstrarem um estatuto.

A Semiologia é a ciência das grandes unidades significantes do discurso, entendidas como sistemas de comunicação e Roland Barthes (1915-1980) um dos autores que mais contribuiu para a análise dos sistemas de comunicação e dos conteúdos mediáticos. Segundo Barthes, os discursos cultural e socialmente mais estruturados originam cadeias de conceitos (mitos), através dos quais os membros dessa cultura compreendem um tema ou uma experiência social. Por exemplo, o “Outro” em qualquer cultura é apreendido por meio das experiências culturais dessa cultura, nomeadamente pelas experiências coloniais. Se os “mitos primitivos” incidiam sobre a *vida* e a *morte* de deuses e homens, sobre o *bem* e sobre o *mal*, os “mitos modernos incidem sobre o quotidiano individual ou colectivo, tendo como objectivos fundamentais, produzir novas significações e naturalizar significações inconvenientes para os grupos dominantes. Por exemplo, no texto o “Mito hoje” de “Mitologias”, editado em 1957, Roland Barthes (1972:187-188) traça a imagem da colonização francesa através da análise da capa da Revista Francesa Paris Match, onde se vê a imagem de um jovem africano vestido com o uniforme francês. No texto lê-se:

...eu estou na barbearia, dão-me um número de Paris-Match. Na capa, um jovem negro vestido com um uniforme francês faz a saudação militar, com os olhos erguidos, fixados certamente numa prega da bandeira tricolor. Esse é o sentido da imagem. Mas, quer eu seja ou não ingénuo, vejo bem o que ela me significa: que a

França é um vasto Império, que todos os seus filhos, sem distinção de cor, servem fielmente sob a sua bandeira, e que não há melhor resposta aos detractores de um pretensão colonialismo do que o zelo deste negro em servir os seus pretensos opressores...(Barthes, 1972:187)

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

Assim, os textos mediáticos devem ser analisados dentro do sistema de linguagem que lhes deu origem, isto quer dizer que, por exemplo, as análises de televisão, devem ter em conta não só a linguagem verbal, como a linguagem de produção de televisão, nomeadamente os diferentes dispositivos — espaciais, temporais, técnicos, tecnológicos e outros — que atribuem sentido às imagens de fluxo.

Outros conceitos importantes da linguística e da semiologia que migraram para a análise dos Media foram a denotação, a conotação, a arbitrariedade do signo, a motivação, a codificação e a descodificação. A denotação refere-se ao conteúdo manifesto de um signo ou conjunto de signos, é, por isso, um elemento estável e não subjectivo que descreve a relação entre significante e o significado no interior do signo e a relação do signo com o seu referente. A conotação constitui o conteúdo latente, envolve elementos subjectivos e variáveis em função do contexto, descrevendo a interacção que ocorre quando o signo se encontra com sentimentos, emoções e valores dos utilizadores de uma cultura.

A arbitrariedade do signo é o facto de não existir uma relação natural entre este e o seu referente, acentua o papel da conven-

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

Aprofundando a utilização destes conceitos, Fiske (1993: 141-142) apresenta a análise de uma única fotografia — que foi manipulada em dois jornais britânicos — tirada durante o Carnaval de Notting Hill (Londres, 1976), onde se registaram confrontos entre jovens negros e a polícia. Segundo o autor, a fotografia foi utilizada nos dois jornais no sentido de enfatizar os elementos denotativos, constituídos por vários sinais visuais (integrantes de um sintagma): em primeiro plano, o grupo de jovens negros e o grupo de polícias; em seguida, a multidão de negros à volta da cena, num enquadramento urbano degradado, com uma única árvore para onde se dirige o foco. Na análise, Fiske refere:

...O sintagma coloca estes sinais numa relação especial, de confronto, que está de algum modo ligada, talvez fortuitamente, ao enquadramento negro urbano...Na página (do jornal), estes significantes tornam-se signos quando os interpretamos, ou seja, quando os

relacionamos com significados ou conceitos mentais. Temos conceitos da polícia, dos negros, do centro da cidade e das arvores...Estes significados são o resultado da nossa experiência cultural: sabemos reconhecer as figuras em uniforme como polícias e não, por exemplo, como membros do Exército de Salvação, e o nosso significado de negros tem em conta que eles são imigrantes comparativamente recentes que se destacam numa sociedade predominantemente branca (Fiske, 1993: 142-144).

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



Fonte: Andringa, A. (2005) www.eraumavezumarrastão



Fonte: Andringa, A. (2005) www.eraumavezumarrastão

Estes exemplos levantam a problemática dos procedimentos de codificação e de descodificação presentes nos Media. Os textos mediáticos reflectem a conexão entre o codificador e o decodificador, mas nunca numa posição de simetria, na medida em que o primeiro concentra o “poder” de seleccionar e embutir nas mensagens as leituras dominantes ou preferenciais. Explicitando melhor, a forma de construir a mensagem, a codificação utilizada inclui elementos que orientam para uma leitura “preferencial” fundada em valores culturais e tradicionais da lei e da ordem, que consolidam pré-conceitos e eliminam potenciais rupturas com a estrutura social estabelecida. Como refere Fiske (1993:150) a propósito da fotografia do Carnaval de Nothing Hill, a *“significação preferida relaciona o “problema racial” com o “problema da juventude” ou conflito de gerações”... mas veda a ligação potencial de “raça” com “classe”, uma ligação muito mais explosiva...”*

O conceito de “poder”, presente nos factores que levam à leitura preferencial, fundamenta muitos dos trabalhos integrados na corrente estruturalista, nomeadamente a obra de Michel Foucault (1926-1984). Para este filósofo, nada é exterior ao “poder” e o discurso é o processo privilegiado de fazer e reproduzir sentidos.

Os discursos (textuais, visuais, sonoros, etc...) são, ainda, o produto de formações sociais, históricas e institucionais — em que se incluem os meios de comunicação — que detêm os “poderes” de definir os sentidos. Assim, todos os discursos, incluindo os mediáticos e os mediatizados, são relações de poder e representam a “luta” pela dominação e hegemonia de um grupo ou grupos. Complementarmente, o filósofo considera que todos os indivíduos são precedidos por discursos estabelecidos, em que as subjectividades já estão representadas, por exemplo, as de *classe, género, etnia, idade, profissionais* e outras.

Esta concepção de “poder” domina a Linguística Crítica, uma corrente de pensamento que emergiu nos finais da década de 70, liderada por linguistas ingleses, australianos, neozelandeses e holandeses, nomeadamente, por Fairclough, Fowler, Allan Bell e Theo van Dijk. Apesar das análises dos Media realizados por estes autores não se fundamentarem todas nos mesmos princípios teóricos e nos mesmos procedimentos metodológicos, têm em comum a preocupação pelas estruturas dos textos mediáticos e pela contribuição dos Media para a produção de sentidos sociais, tais como a emergência de novos valores, de identidades e de relações de “poder”. Entre os princípios teóricos partilhados está o conceito de discurso, advindo da concepção foucaultiana, entendido como uma forma de interacção entre os usos da linguagem e as estruturas sociais que mobiliza, tanto do lado do emissor, como do receptor. Por consequência, quando se fala em “discurso”, aborda-se a linguagem como um tipo de prática social e não como uma actividade puramente individual, ou como reflexo de variáveis situacionais.

Esta abordagem implica, em primeiro lugar, a assumpção de que o discurso é um modo de acção e um modo de representação e, em segundo lugar, que há uma relação dialéctica entre discurso e estrutura social (Fairclough, 1992: 63-64). Sendo o “discurso” um modo

de acção e uma fala ou texto onde se expressam crenças, valores e representações, ele inclui uma “visão do mundo” (para muitos designada “ideologia”) que cabe aos analistas explorar.

Na perspectiva dos estudos empíricos, esta corrente propõe que as análises do discurso sejam antecipadas pelos seguintes procedimentos:

1. Formulação de perguntas de carácter sociológico que identifiquem “problemas sociais” recorrentes (por exemplo, a relação entre abandono escolar, baixos salários, altos índices de criminalidade entre os filhos de imigrantes);

2. Identificação dos agentes sociais envolvidos e as possíveis relações dialécticas existentes (por exemplo, empresas dos Media, jornalistas e fontes);

3. Levantamento de possíveis relações de poder e de visões do mundo “ideologia” (por exemplo, os imigrantes vêm “roubar” o trabalho dos portugueses);

4. Mobilização de conhecimentos transdisciplinares e de metodologias plurais com vista a responder aos desafios da análise (conceitos e princípios de sociologia, antropologia, economia, etc...).

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

A determinação das relações intertextuais presentes num texto mediático (por exemplo, num jornal, num jornal televisivo ou numa notícia) é um dos factores da análise do discurso que permite estabe-

lecer a “teia” de significações e sentidos sociais do texto. Por outro lado, só a determinação da posição de um jornal— a que empresa pertence, qual a sua orientação e público, anunciantes, directores e redactores —, de um telejornal — se é emitido num canal público ou privado, qual o horário, os alinhamentos, etc... — ou de uma notícia (em que página se situa ou em que posição no alinhamento do telejornal, etc...), permitirá estabelecer a relação com outros produtos e géneros mediáticos, bem como discorrer sobre a relevância do objecto que se pretende analisar.

Por exemplo, no ano de 2003, o caso “Mulheres de Bragança” (um facto que consistiu na denúncia de casas de prostituição de mulheres brasileiras na cidade de Bragança) chamou a atenção para o agravamento dos fenómenos de tráfico e prostituição de mulheres, que se praticava ao abrigo das “casas de alterne”. Coincidindo este fenómeno com o aumento da imigração de cidadãos, homens e mulheres, originários do Brasil, o estigma da “prostituição” veio a colar-se às imagens da mulher brasileira, independentemente da sua profissão e actividade.

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



Fonte: Revista *Time* 20 de Outubro de 2003



Fonte: TVI 31/01/2005

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

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

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

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

da “gang” e o internamento de um menor numa casa de correcção» (Diário de Notícias, 1ª página, com fotografia, 25/07/2000) (Cunha, 2003:79).

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

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

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

Conclusão

Concluimos esta exposição enunciando as vantagens e desvantagens das análises de conteúdo (AC) e textuais. A análise de conteúdo tem a vantagem de utilizar metodologias que são aplicáveis a todas as áreas de conhecimento e, por isso, tendem a apresentar uma leitura universal. Isto é, independentemente da área de conhecimento focada, os procedimentos e os dados têm uma leitura objectiva. Uma outra vantagem da AC, decorrente do que foi anteriormente dito, é o facto de ser autónoma do objecto, na medida em que a recolha de dados e a codificação, uma vez definidos os princípios, pode ser realizada por qualquer analista, desde que tenham sido treinados e adquiridos conhecimentos básicos para a realização da tarefa. Acresce, como foi dito quando se tratou deste tipo de análise, que as metodologias e os procedimentos permitem o tratamento de um enorme volume de documentos, mapeando fenómenos e apontando tendências face ao objecto analisado.

Entre as desvantagens da AC está a dificuldade em definir amostras representativas relativamente ao objecto a analisar, bem como a determinar parâmetros que validem essas amostras. Por exemplo, no caso das análises de imprensa: o que é uma amostra representativa? O que determina a pertinência dessa amostra? Que quantidade de meios de comunicação se analisará? Em que período de tempo? Qual a tipologia do meio: jornal de qualidade, diário regional, semanário...?

Outro problema que envolve a AC é a definição de unidades de registo possíveis de analisar e medir, bem como a definição operacional de categorias. Exemplificando, o que se pode e quer analisar: os títulos e subtítulos de uma notícia? A notícia? Em que medida a opção viável é representativa?

Para terminar, e em seguimento do que se expôs, nem sempre as categorias de análise mais pertinentes são possíveis de codificar, pois

envolvem valores e “subjectividades” difíceis de contornar através dos métodos de codificação.

Nas análises textuais, antes de mais, vê-se que há, hoje em dia, uma tendência de “tecnologização dos discursos” em função do papel central dos meios de comunicação, e sobretudo da televisão na sociedade contemporânea. A “tecnologia do discurso” faz com que haja um policiamento das práticas discursivas, nomeadamente nos Media, por exemplo através dos discursos “politicamente correctos” que simulam discursos com objectivos estratégicos de persuasão e mobilização. Neste sentido, os procedimentos metodológicos da análise do discurso confrontam-se com a “uniformização” das práticas discursivas que só podem ser compreendidas em função de acções e práticas sociais. Assim, independentemente, das análises textuais permitirem aprofundar o significado dos eventos e interpretar a experiência, através da inventariação de proposições gerais e da identificação de categorias mentais, bem como da identificação dos actores, do tipo de estruturas proposicionais e da lexicalização, o conhecimento das estruturas sociais e os contextos da acção são fundamentais para a compreensão dos textos que se pretende analisar.

Bibliografia

- APPADURAI, A. (2004), *Dimensões culturais da globalização*, Lisboa: Teorema.
- CASTLES, S. e MILLER, M. (2003), *The Age of Migration*, London: Macmillam Press.
- ALASUUTARI, P. (1995), *Researching Culture: Qualitative Method and Cultural Studies*, London: Sage.
- BABIN, P. (1993), *Linguagem e cultura dos Media*, Venda Nova: Bertrand.
- BARDIN, L. (1988), *Análise de conteúdo*, Lisboa: Edições70.
- BARTHES, R. (1972), *Mitologias*, Lisboa: Edições 70.
- BAUER, M.e GASKELL, G. (2002) *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*, Petrópolis: Vozes.
- BELL, A. (1991) *The Language of News Media*, Cambridge: Blackwell.

- BELL, A. e GARRET, P. (eds) (1998) *Approaches to Media Discourse*, Oxford: Blackwell.
- BERELSON, B. (1952), *Content Analysis in Communication Research*, New York: Hafner Press.
- BERGER, A. A. (2000), *Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*, London: Sage.
- BERGER, A.A. (2000), *Media and Communication Research Methods*, London: Sage.
- BOURDIEU, P. (1982), *Ce que parler veut dire: l'économie des échanges linguistiques*, Paris: Fayard.
- CHARAUDEAU, P. (1983), *Langage et discours: éléments de sémiolinguistique*, Paris : Hachette Université.
- CHARAUDEAU, P. (1997), *Le discours d'information médiatique*, Paris: Nathan.
- COTTLE, S. (2000), *Ethnic Minorities and The Media*, London: Open University.
- CUNHA, I.F. (2003), «Imagens da imigração em Portugal», *Revista Media e Jornalismo*, 2: 71-87.
- DEACON, D., PICKERING, M., GOLDING, P. e MURDOCK, G. (1999), *Researching Communications*, London: Oxford University Press.
- FAIRCLOUGH, N. (1992), *Discourse and Social Change*, London: Polity Press.
- FAIRCLOUGH, N. (1995), *Media Discourse*, London: Edward Arnold.
- FOUCAULT, (1970), *L'Ordre du Discours*, Paris: Galimard
- FERIN, I. (2005), *A televisão das mulheres*, Lisboa, Quimera/Bond.
- FISKE, J. (1993), *Introdução ao estudo da comunicação*, Porto: Ed. Asa.
- FOWLER, R. (1991), *Language in the News*, London: Routledge.
- GASKELL, G. e BAUER, M. W. (2002), *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*, Petrópolis: Vozes.
- GITLIN, T. (1980), *The Whole Word is Watching*, Berkeley: University of Califórnia Press.
- GUNTER, B. (2000), *Media Research Methods: Measuring Audiences, Reactions and Impact*, London: Sage.
- HALL et all. (1978), *Policing the Crisis: Mugging, the State and Law and Order*, London: Macmillan Press.
- LAGO, C. e BENETTI, M. (2007), *Metodologia de pesquisa em jornalismo*, Rio de Janeiro: Vozes.
- McQUAIL, D. (1992), *Mass Communication Theory: An Introduction*, London: Sage.
- NEUENDORF, K. (2002), *The Content Analysis Guide Book*, Thousand Oaks: Sage.
- PEDRO, E. R. (ed) (1997), *Análise crítica do discurso*, Lisboa: Caminho.
- RAGIN, C.C. (1994), *Constructing Social Research*, Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- SEALE, C. (org.) (2004), *Researching Society and Culture*, London: Sage.
- Van CAMPENHOUDT, L. (2003), *Introdução à análise dos fenómenos sociais*, Lisboa: Gradiva.
- Van DIJK, T. (1990), *La noticia como discurso*, Barcelona: Paidós.

- WOOLACOTT, J. (1995), «Messages and Meanings» in: Gurevitch, M., Bennett, T., Curran, J., *Culture, Society and the Media*, London: Routledge: 91-111.
- WENDEN, C. V. (2005), *Atlas de migrations dans le monde*, Paris: Éditions Autrement.