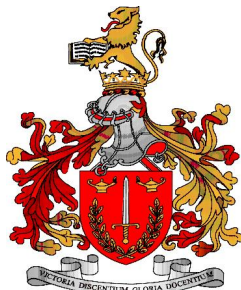


**INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS POLICIAIS E
SEGURANÇA INTERNA**



Luís Carlos Ribeiro Sousa

Aspirante a Oficial de Polícia

Dissertação de Mestrado Integrado em Ciências Policiais

XXVIII Curso de Formação de Oficiais de Polícia

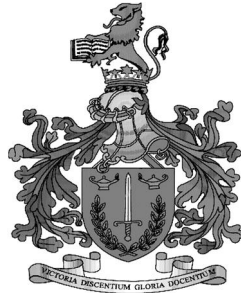
**Os *media* - Proposta de um modelo de tipologia
noticiosa sobre a atividade policial**

Orientador: Prof. Doutor Paulo Machado

Lisboa, 22 de abril de 2016



**INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS POLICIAIS E
SEGURANÇA INTERNA**



Luís Carlos Ribeiro Sousa

Aspirante a Oficial de Polícia

Dissertação de Mestrado Integrado em Ciências Policiais

XXVIII Curso de Formação de Oficiais de Polícia

**Os *media* - Proposta de um modelo de tipologia
noticiosa sobre a atividade policial**

Orientador: Prof. Doutor Paulo Machado

Lisboa, 22 de abril de 2016



Dissertação apresentada ao Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna com vista à obtenção do grau de Mestre em Ciências Policiais, elaborada sob a orientação do Prof. Doutor. Paulo Filipe de Sousa Figueiredo Machado.

Dedicatória

Aos meus pais

Agradecimentos

O meu primeiro agradecimento é direcionado a quem me deu tudo nesta vida e sempre lutou para que eu fosse feliz. Vocês, Pai e Mãe são exemplos que transporto comigo no coração. O que de bom há em mim é reflexo da educação que me deram. Nunca conseguirei traduzir em meras palavras toda a admiração e amor que tenho por vós.

Não posso esquecer demais família, em especial irmã, avó Maria e o meu primo Pedro pela força que me têm dado nesta longa jornada. Avô Alberto, eterna saudade.

Aos meus camaradas do XXVIII CFOP pelas lutas diárias que travámos neste caminho sinuoso, rico em dificuldades, mas que soubemos superar, nos fez crescer e nos tornou mais fortes. O meu sincero obrigado!

Quero fazer um agradecimento muito especial ao *javadex*, grupo que me ensinou a encontrar o lado positivo de qualquer dificuldade e que me ajudou a suportar essas mesmas dificuldades com ânimo. Camaradas para a vida, o meu profundo agradecimento!

Obrigado a todos aqueles que fizeram parte do meu percurso académico, amigos, Professores, funcionários (as) e demais profissionais da PSP que tão bem me acolheram nesta casa que espero servir com dignidade.

Professor Paulo Machado, agradecer-lhe nunca será demais. A sua paciência, os seus concelhos, a sua persistência ... Que grande contributo! Acima disso quero salientar as suas qualidades como ser Humano e toda a entrega que teve a esta dissertação. Um profundo agradecimento.

Vis e preseverantia! 28º CFOP

Lista de Siglas e Abreviaturas

APA ó American Psychological Association

APCT ó Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e circulação

Cit in ó Citado em

CM ó Correio da Manhã

EXP ó Jornal Expresso

GIRP ó Gabinete de Imprensa e Relações Públicas

JN ó Jornal de Notícias

OCS ó Órgãos de Comunicação Social

OP ó Ordem Pública

PSP ó Polícia de Segurança Pública

RP ó Relações Públicas

SPSS ó Statistical Package for the Social Scienses

Na presente dissertação adotam-se como referências as da 6ª edição das normas APA.

As citações conservam a ortografia original.

Resumo

Numa sociedade caracterizada pelo ritmo alucinante do quotidiano e a necessidade informativa crescente, estes dois fatores contribuíram, a espaços, para a invasão da agenda mediática no contexto informativo da sociedade contemporânea. A informação veiculada hoje pelos *media* tem um poder inegável na formação de quadros mentais relativamente a acontecimentos e instituições. Os *media* constituem-se como órgãos preponderantes para a perceção que a população tem do mundo. Esta participação na vida social coloca os *media* como meios para promoção da imagem das instituições, seja com expectáveis benefícios ou malefícios para as mesmas. Neste sentido torna-se preemente perceber qual o peso da Polícia de Segurança Pública na agenda mediática e que imagem se projeta da instituição através da produção de notícias. Com efeito, foi realizado um estudo descritivo com vista a analisar as notícias transmitidas pelos três OCS escrita com maior tiragem em 2015. Com recurso à análise de conteúdo trabalhou-se sobre a informação noticiosa recolhida e procurou-se definir quais os grandes temas noticiados sobre a Polícia de Segurança Pública. Entre os resultados obtidos, destaca-se o conteúdo informativo que associa a atividade policial à repressão criminal.

Palavras-chave: *media*; Polícia de Segurança Pública; notícias; agenda mediática; crime.

Asbtract

Our society is characterized by both the blistering pace of daily life and the ever growing need for information: and these two factors contribute towards the invasion of the media's agenda in the informational context of contemporary society. The information conveyed by the *media* in this day and age represents an undeniable power in the formulation of mental pictures and public perception of both events and institutions. The *media* constitute themselves as preponderant organs for the perception that people have of the world. This part it plays in social life constitutes the *media* as a means towards promoting the image of institutions, be it positively or negatively. In this sense, it becomes urgent to understand the Public Security Police's weight amidst the media agenda and whatø the image this institution projects in regards to news production. We conducted a descriptive study in order to analyze the news transmitted by the three *media* outlets with highest coverage shares in the year 2015. We then conducted content analysis of the collected information, so as to define the major themes reported with regards to the Public Security Police. Our results show that the most representative theme is that which associates police activity and criminal activity..

Keywords: *media*; Public Security Police; news; media agenda; crime

Índice

DEDICATÓRIA	I
AGRADECIMENTOS.....	II
RESUMO	IV
ASBTRACT.....	V
ÍNDICE DE GRÁFICOS	VII
ÍNDICE DE FIGURAS	VIII
ÍNDICE DE TABELAS	IX
INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO I – ENQUADRAMENTO TEÓRICO.....	3
1- MEDIA.....	5
1.1 – Teorias da Comunicação.....	9
1.1.1. Teorias clássicas.....	11
1.1.2. Efeitos a longo prazo	15
1.1.3. Teoria do Agenda-setting.....	16
1.2 – O newsmaking.....	20
CAPÍTULO 2- A RELAÇÃO POLÍCIA – MEDIA	29
CAPÍTULO 3 – MÉTODO	40
1- ABORDAGEM QUALITATIVA	40
2- CORPUS	40
3- INSTRUMENTO: ANÁLISE DE CONTEÚDO	40
4- PROCEDIMENTO	41
CAPÍTULO 4 – APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DE RESULTADOS.....	50
CAPÍTULO 5 - CONCLUSÕES	58
BIBLIOGRAFIA.....	61
ANEXOS	66
ANEXO 1. FASES DA RECOLHA NOTICIOSA.....	67
ANEXO 2. LIVRO DE CÓDIGOS – VARIÁVEIS EM ESTUDO	72
ANEXO 3. ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS.....	75

Índice de gráficos

GRÁFICO 1: DISTRIBUIÇÃO DE NOTÍCIAS POR OCS.	50
GRÁFICO 2: NÚMERO DE NOTÍCIAS SEGUNDO A DATA DA SUA PUBLICAÇÃO.	51
GRÁFICO 3: TOTAL DE REFERÊNCIAS, POR CONSTRUTO.	52
GRÁFICO 4: GRÁFICO 4: DISTRIBUIÇÃO DE CADA CATEGORIA CONSIDERANDO A TOTALIDADE DE NOTÍCIAS DOS OCS.	52
GRÁFICO 5: DISTRIBUIÇÃO DE CADA CATEGORIA, POR OCS.	53
GRÁFICO 6: GRÁFICO 6: DISTRIBUIÇÃO DE CADA SUBCATEGORIA CONSIDERANDO A TOTALIDADE DE NOTÍCIAS DOS OCS.	54
GRÁFICO 7: DISTRIBUIÇÃO DE CADA CATEGORIA, POR OCS.	55
GRÁFICO 8: DISTRIBUIÇÃO DE CADA “DIMENSÃO DA NOTÍCIA” CONSIDERANDO A TOTALIDADE DE NOTÍCIAS DOS OCS.	56
GRÁFICO 9: DISTRIBUIÇÃO DE CADA “DIMENSÃO DAS NOTÍCIAS”, POR OCS.	57

Índice de figuras

FIGURA 1: QUADRO DE CATEGORIAS E RESPETIVAS SUBCATEGORIAS	43
FIGURA 2: FASES DA RECOLHA E TRATAMENTO DE DADOS DAS NOTÍCIAS.....	46

Índice de tabelas

TABELA 1: RESULTADOS DA PESQUISA NOTICIOSA POR OCS	47
TABELA 2: MODELO DE ANÁLISE	49

Introdução

Os *media* são ãinstrumentos básicos para o controle político de opinião pública, influenciando na interpretação humana, ou seja, no que as pessoas pensam, sentem e se comportam umas com as outrasõ (Poyares, W., 1974, p.82). Da mesma forma, os *media* funcionam como uma consciência moral capaz de colocar a nú as injustiças e falhas da sociedade e do Estado. õIgnorar a função e o poder dos média revelar-se-á, indubitavelmente, de grande irresponsabilidade e de consequências bastante gravosas, quando é sabido que a opinião pública constitui um forte factor de legitimação.ö (Nuno Maurício, 2005 *Cit in* PEREIRA, R. 2007: 3). Esta realidade tem que ser vista com a atenção devida, pois entenda-se que ãos *media* têm o poder de moldar a relação entre o público e a políciaö (Jackson, J., Bradford, B., Stanko, E. e Hohl, K., 2012)¹. Deste modo, urge aferir se existe um quadro-referência dos mediadores sociais perante a atuação policial que concretamente conduzam a um caminho de enviesamento com cariz negativo em relação à imagem policial compreendida pela sociedade, para que a Polícia de Segurança Pública (PSP) o conheça e desconstrua através da sua própria estratégia comunicacional e com expectáveis benefícios na preparação dos Oficiais de Polícia para comunicar melhor com o público através dos *media*. Com esta orientação, importa clarificar o que entende na presente dissertação por *mass media*: é o conjunto de técnicas de difusão de mensagens (culturais, informativas ou publicitárias) destinadas ao grande público, tais como a televisão, a rádio, a imprensa, o cartaz; meios de comunicação social². Decorre desta perspetiva a necessidade de clarificação conceptual, nomeadamente sobre o que significa massa, audiência e público.

Na presente investigação é analisado o conteúdo noticioso relacionado com a PSP de três acervos dos Órgãos de Comunicação Social (OCS) impressos com maior tiragem em 2015, no hiato temporal compreendido entre 1 de Julho de 2015 e 31 de Dezembro de 2015, com o intuito de verificar quais os temas que os *media* mais procuram noticiar sobre esta Força de Segurança (FS), tendo presente que os jornais, segundo alguns investigadores, são os produtores de efeitos de agenda mais significativos (McCombs & Shaw, 1972, dos Santos, J., 2001, Wolf, M., 2001). A dissertação apresenta na sua estrutura um primeiro capítulo

¹ Tradução nossa.

² Mass media in Dicionário da Língua Portuguesa com Acordo Ortográfico [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2016. [consult. 2015-09-18 12:34:26]. Disponível na Internet: <http://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/mass-media>

referente ao enquadramento teórico com o objetivo de de esclarecer os conceitos de massa e público. Feita a destrição, prossegue-se na definição do que são os media, quem os opera e qual a sua influência na agenda do público, bem como o processo de produção de notícias levado a cabo por esses órgãos de comunicação e que efeitos as notícias têm para a definição de quadros mentais da sociedade. No segundo capítulo discorre-se sobre a relação polícia-media, procurando fornecer um contributo que permita perceber a dimensão do interesse que os media têm pela atividade policial. No fundo procura-se aferir se essa atividade cabe na agenda mediática, porque razões, sob que formas aparece, ou quem contribui, e de que forma, para isso. No Capítulo 3 discorre-se sobre o método utilizado, nomeadamente a análise de conteúdo, realizada com sustentação no corpus de notícias escolhido e fazendo recurso de um procedimento misto. De seguida apresenta-se e discute-se os resultados obtidos em função da recolha noticiosa e tratamento das mesmas. Do referido tratamento resultam conclusões interessantes, apontando o crime como o grande tema de newsmaking (produção de notícias) policial. Em função desse resultado e dos restantes apresentados no Capítulo 4 ó Apresentação e discussão de resultados ó sugere-se um possível modelo de tipologia noticiosa sobre a atividade policial da PSP , consideram-se os seus efeitos e avança-se com a indicação de um caminho que se crê poder contribui para a defesa da imagem institucional da PSP.

Capítulo I ó Enquadramento teórico

Um dos conceitos que encerra maior polémica quando se fala de comunicação de massa é o de "massa". Sociologicamente, por "massa" poderia, simplifadamente, entender-se um conjunto de pessoas que partilham características comuns mas cuja interação é muito reduzida. Tipicamente, um grupo de pessoas que se junta espontaneamente em torno de um acidente de viação, olhando os estragos, comentando as alegadas responsabilidades e reproduzindo *estórias* sobre acidentes parecidos ou conjecturando sobre o que poderia ter ainda acontecido se não tivessem tido os sinistrados muita sorte, é uma "massa". Mas poderá ser algo mais?

Beneficiando dos ensinamentos de Gurvitch (1979), sociólogo francês a quem é atribuída a paternidade dos estudos de microsociologia, a massa é a forma menos coesa, de menor grau de fusão parcial num "Nós". Pode corresponder a um fenómeno social não-estruturado, quase espontâneo, mas pode igualmente assumir outras características de maior estruturadas. Este sociólogo definiu três níveis de sociabilidade: a comunhão, a comunidade e a massa, tendo o primeiro características de fusão parcial muito elevadas, em que se verifica uma quase despersonalização do sujeito, em proveito de uma consciência coletiva muito forte. Numa manifestação religiosa carregada de simbolismo, por exemplo, numa procissão, os membros que a integram podem, em determinados momentos de evocação, constituir-se como uma comunhão. A comunidade será um grau intermédio, no qual o grupo prossegue objetivos comuns, existe uma identidade reconhecida entre os seus elementos, e tende a ter um carácter mais permanente, sem experimentação de extase e despersonalização de cada elemento.

Mas, continuando com o exemplo inicial, esse grupo de pessoas (de mirões) representa, num certo sentido, uma consciência coletiva sobre aquele evento, e mesmo que se desconheçam entre si, a partilha daquele momento, a interação estabelecida (que pode não se repetir, porquanto aquelas pessoas poderão não mais voltar a ver-se) não deixa de impregnar cada uma delas, e por isso faz sentido que se pense na existência de um "Nós" (aqueles que em torno de um evento criaram uma consciência partilhada sobre esse mesmo evento). Saberíamos até que ponto essa consciência e o nível de impregnação teria ido, caso soubéssemos a quantas pessoas a *estória* foi contada e como esse conhecimento foi moldando um estado de consciência coletiva sobre determinados factos sociais (por

exemplo, o facto do sinistrado ser mulher e daí se inferir algo socialmente discriminatório sobre o modo como as mulheres conduzem; ou ser um idoso e pensar-se nas capacidades de uma pessoa mais velha para conduzir; ou ser um jovem e reproduzirem-se estereótipos sobre a irresponsabilidade dos mais novos na condução de veículos).

Durante muito tempo, sobretudo a partir dos escritos de Gustave Le Bon (1895)³, ainda no século XIX, a ideia prevalecte de massa confundia-se com a de multidão, e esta estava associada a irracionalidade, impulsividade, descontrolo, manipulação e instante (*groupes de l'instant* assim os designa):

õHoje, as reivindicações das multidões tomam-se cada vez mais definidas e procuram destruir de alto a baixo a sociedade atual, para a reconduzirem ao comunismo primitivo que foi o estado normal de todos os grupos humanos antes da aurora da civilização. Tais reivindicações são a redução das horas de trabalho, a expropriação das minas, dos caminhos-de-ferro, das fábricas e do solo, a distribuição igualitária dos produtos, a eliminação das classes superiores em benefício das classes populares, etc (í).

Pouco dadas ao raciocínio, as multidões mostram-se, em contrapartida, muito aptas para a ação. A organização atual torna poderosa a sua força. Os dogmas, que hoje vemos surgir, depressa hão de ter o poder dos velhos dogmas e ficarão investidos da força tirânica e soberana que os colocará ao abrigo de qualquer discussão. Assim o direito divino das multidões substitui o direito divino dos reis.

Essas multidões, de que hoje tanto se começa a falar, conhecemo-las ainda muito mal. Os psicólogos profissionais viveram afastados delas, sempre as ignoraram e, quando delas se ocuparam, foi apenas para se debruçarem sobre os crimes que elas podem cometer. Não há dúvida que existem multidões criminosas, mas há também as multidões virtuosas, as multidões heroicas e tantas outras. Os crimes das multidões são apenas um caso particular da sua psicologia e, através deles, não podemos conhecer a sua constituição mental, tal como não podemos conhecer um indivíduo apenas pela descrição dos seus vícios (í)ö (Le Bon, pp. 2-4).

³ Na versão portuguesa, o conceito de massa aparece traduzido por multidão. No original, Le Bon usou a expressão *foules* (que significa multidão, ajuntamento, gente).

Já no início do século XX, logo em 1901, Gabriel Tarde publicou um livro de grande importância para a compreensão dos fenómenos de massa, a que deu o título de *L'Opinion et la Foule*, no qual procede a uma distinção fundamental entre multidão e público. Para este sociólogo francês, que comungava da visão pessimista de Le Bon sobre a multidão, o público é um agregado espacialmente difuso mas o que o une é, juntamente com a simultaneidade da sua convicção ou da sua paixão, a consciência que cada um possui de que uma ideia ou uma vontade é partilhada no mesmo momento por um grande número de outros homens (Tarde, 2007). Esta distinção essencial entre a multidão (massa humana) e o público decorre, segundo o autor, do facto da formação de um público [supor] então uma evolução mental e social bastante mais elaborada do que a formação de uma multidão (Tarde, 2007, p. 14).

A multidão - e a turba, como multidão momentânea ó não são, definitivamente, os fenómenos sociais que nos interessam na presente dissertação. É evidente que os fenómenos de massa que são relevantes, na perspectiva de entendimento sobre a formação de uma opinião pública sobre o trabalho policial, são aqueles que remetem para a existência de um processo de comunicação, mediado por uma meio de disseminação em larga escala, que produz uma ideia coletiva que importa perceber. Aproximamo-nos, por conseguinte, mais do conceito de público, tal como Wright Mills (1956) o entendeu, do que do conceito de massa, que este sociólogo norte-americano decidiu opor ao de público, dotado de maior autonomia e menor controlo exercido pelos *mass media*. A sociedade de massas seria, para Mills, inimiga do público e da opinião pública.

A proximidade entre público, opinião pública e audiência de massa torna-se muito grande. Havendo conteúdo comunicacional, deverá existir uma audiência, no sentido de um público interessado e que formula uma opinião sobre esse mesmo conteúdo, mas de modo independente.

1- Media

O presente capítulo, sem fazer uma análise exaustiva, pretende verificar o que são os *media* e qual o seu papel na definição da agenda da sociedade que nos é contemporânea.

Como afirma Junqueira (2005), torna-se imprescindível o exame daquilo que parece constituir, cada vez mais, e em mais alto grau, a própria sociedade, ou seja, o seu sistema de representações simbólicas. (Junqueira, 2005 *Cit in* SILVA, J. 2012: 4). Esse sistema de

representação dos fatos sociais, não resulta da observação direta dos factos sociais em si mesmos, mas da representação mental que a sociedade materializa, aquela que cada um exprime.

õNo espaço da mídia é a maximização da influência social, através da tentativa de hegemonia das interpretações e representações sociais, que seria o seu mecanismo de poder, já que, possui maior capacidade de produzir e disseminar conteúdos simbólicos (da Silva, J., 2012, p. 9). Até porque nos dias que correm os *media* õsão um importante factor de criação de percepções culturais partilhadas sobre o que existeõ (Rego, 1996 *Cit in* BRANDÃO, N. 2002: 65). Em 2002, Brandão já defendia que os *media*, mais concretamente a televisão, definiam e representavam õpara a maioria da população, nomeadamente a de nível cultural mais reduzido e menos instruído, a principal ou mesmo única fonte de informaçãoõ (Brandão, N., 2002, p. 78), facto esse que nos parece encontrar expressão também nos dias de hoje, mas com um peso mais significativo da Internet, que à medida que percorremos a fita do tempo, podemos verificar que sofreu evoluções estrondosas a nível de velocidade de navegação, acessibilidade e até de incremento de informação disponível, seja ela fidedigna ou não.

Se, por um lado, abrem a porta para o conhecimento de diversas matérias e os mais variados lugares, õos meios de comunicação em geral nas sociedades contemporâneas passam, portanto a ser uma janela para conhecer lugares, pessoas, fenômenos, instituiçõesí õ (da Silva, J., 2012, p. 11), por outro lado apresentam-se como uma ferramenta de comunicação poderosa para a promoção e defesa da imagem das instituições.

Olhamos para a difusão de informação, depois de devidamente recolhida e tratada, por parte dos *media* como um serviço de democracia. Partilhamos da ideia de Carlos Antunes (2009) quando refere que a missão que ainda é reservada ao jornalista, especialmente ao profissional de informação televisivo, é a de interpretar a realidade, organizando e filtrando toda a informação disponível, escolhendo a mais relevante para o público. õServir o público é, pois, servir a democraciaõ (Antunes, C., 2009, p. 8).

O poder da difusão de informação, tratando-se de um serviço de democracia, é razão para que os *media* se devam pautar pelo respeito aos normativos impostos decorrentes da sua atividade e preterir o jornalismo dito comercial ou sensacionalista, pelo perigo de conduzir a um enviesamento das percepções em relação ao que se passa no mundo. Como alerta

Walter Poyares (1974), dispomos de pouco tempo; como tal alguém deve encarregar-se de resumir o tempo para nós. Essa tarefa de síntese ou simplificação da realidade, a sociedade entrega-a aos *media*. Olhando a realidade nacional, repare-se que o dia-a-dia de milhões de habitantes é vivido numa agitação frenética esfumando-se o contacto direto com õfatias importantes da realidade, ficando por isso dependente[s] da mediação exercida pelos meios de comunicação de massaõ (dos Santos, J., 2001, p. 114).

A necessidade de uma atualização demasiado rápida da realidade faz com que os elementos essenciais de informação para uma escorreita compreensão dos fenómenos se percam. õVivemos numa época em que não há tempo para reflectir, ou seja, as coisas que vimos já ocorreram (...) hoje a escolha faz-se sobretudo entre õum tempo diferido e um tempo realõ, em que õo homem já não vive no presente, mas na telepresença do mundoõ. (Le Paige, 1997 *Cit in* BRANDÃO, N. 2002: 89). Reforça-se esta ideia com o contributo de Balandier, sugerindo este que o õacontecimento é dado a viver antes de ser dado a pensarõ (Balandier, 1999 *Cit in* BRANDÃO, N. 2002: 90).

Como defende Walter Poyares, por um lado, as massas, mais e melhor informadas, sofrem a cada instante o impacto do õsempre crescente volume de informaçõesõ, mas por outro lado esse manancial de informações leva-as a ficar desorientadas pela incapacidade de as absorver, õfacto que gera desconfiança e insegurança, ansiedade e neuroseõ (Poyares, W., 1974, p. 71).

Chegado a este ponto questiona-se se a informação demasiado sintetizada, agravada de descontextualização que a sociedade consome diariamente, é responsabilidade exclusiva dos *media*. Não se poderia afigurar algo mais errado do que atribuir a exclusiva responsabilidade aos *media*, sobretudo tendo em conta que estamos numa época em que os emergentes novos *media* já conquistaram o seu espaço e participam na agenda mediática. Recuperamos a distinção entre público e audiência para enfatizar que a falta de autonomia da audiência é que prejudica a formação de uma opinião pública.

E o que são os novos *media*? São essencialmente as novas formas de *media* que encontramos na Internet. O exemplo mais flagrante que resulta da adaptação dos *media* tradicionais a este avanço é o dos jornais *on line*, que antes só existiam em suporte de papel. A grande vantagem é o acesso à informação de forma rápida filtrando a pesquisa do que se quer ver por palavras ó filtro.

Mas façamos um exercício bastante intuitivo e não nos esqueçamos que a probabilidade de encontrarmos blogs ou fóruns com jornalismo caseiro é grande e o suporte que dão para o início da exploração de algumas notícias por parte dos *media* tradicionais é uma realidade. O poder das novas mídias está na capacidade de produzir informações ou veicular provas que podem ser capazes de transformar o discurso da mídia oficial, ou reafirmá-lo (da Silva, J., 2012, p. 17).

Repare-se que para subsistir no contexto mediatizado, os *media* precisam de ser procurados, isto é, têm que conquistar o público para gerar receitas e assim conseguir sobreviver num universo concorrencial enorme. Diríamos que numa sociedade sensibilizada para a problemática da informação, Adelino Gomes (1993) não precisaria tão-pouco de alertar para que os meios de comunicação não se esqueçam de dar o contexto sempre que dão uma notícia.

Numa sociedade onde vigora uma certa corrente explosiva de informação, devido em grande parte aos novos *media*, sobretudo à Internet, aumenta simultaneamente a explosão da ignorância (Brandão, N. 2002). O problema é tanto mais complicado quanto, numa cultura do instante, o acontecimento interessa mais que o sentido, a informação mais que o conhecimento. Mas o acontecimento não conduz forçosamente ao saber (Wolton, 1999 *Cit in* BRANDÃO, N. 2002: 44). A realidade obriga-os a apresentar um produto atrativo, uma informação devidamente sintetizada e quanto mais rápida ou curta for a peça, seja ela escrita, traduzida na imagem dinâmica (serviços de televisão/ vídeos disponíveis na Internet) ou sonora, melhor para o cidadão contemporâneo. A sociedade quer informação curta e concisa e os *media* respondem produzindo produtos com essas características. Um dos efeitos nocivos deste comportamento é a perda da qualidade de informação e pior que isso, a desinformação que nos ilude e nos deixa convencidos de que compreendemos toda a dimensão do acontecimento, sem realmente o conseguir. Querendo abarcar um universo cada vez maior, oferecemos, através da comunicação de massa, teses menores e maiores slogans (Poyares, W., 1974, p. 72).

Não se pode esperar, contudo, que temas mais fraturantes sejam bem explanados e consequentemente munidos da informação necessária para a sua plena compreensão em peças curtas. É preciso uma contextualização mais sólida e pormenores pertinentes que muitas vezes não figuram em peças mais curtas. Em todo o caso essa informação é tratada e disponibilizada em peças mais completas e de um maior grau de fidedignidade, mas é aí

que a sociedade parece revelar uma certa inércia em completar a compreensão do fenómeno, ficando-se pelos títulos ou informações de rodapé.

Caraterizada por viver o seu dia-a-dia a um ritmo alucinante, reflexo da intensa industrialização que se faz sentir nos dias de hoje, a sociedade contemporânea tem nos *media* veículos de informação capazes de dar a perceber o que se vai passando no mundo e a que a sociedade se vai alheando devido à sua rotina diária. O papel, ou poder dos *media*, se quisermos ser mais ambiciosos no termo empregue, não se resume à síntese da informação que cada um procura. Na realidade, os *media* têm diretrizes próprias e objetivos bem definidos podendo ter um carácter mais de serviço público ou, por outro lado, procurar uma vertente mais mercantil e explorar uma área específica, como o desporto, entretenimento, entre outros.

Quando se fala em serviço público entende-se que respeita ao conjunto de atividades e tarefas destinadas a satisfazer necessidades da população. Esses serviços são normalmente prestados por entidades de natureza pública, mas também podem ser assegurados por entidades de natureza privada ou mista, sob fiscalização do Estado. A Constituição da República obriga o Estado a assegurar diferentes serviços públicos, desde aqueles que se referem a áreas de soberania do Estado (defesa, segurança e justiça) à prestação de cuidados de saúde, segurança social, disponibilização de escolas, e o próprio serviço de rádio e televisão. Os serviços públicos constituem um elemento essencial do Estado social e do modelo social europeu.

Para olhar com maior segurança a sua atividade, propomo-nos, em seguida, explorar algumas teorias da comunicação e, posteriormente, tentar perceber como se processa a definição do resultado final que vemos materializado em jornais, televisão ou rádio, ou seja, a notícia.

1.1 ó Teorias da Comunicação

O presente subcapítulo tem a pretensão de olhar as teorias da comunicação de uma forma resumida mas capaz de destacar aquelas que se afiguram como as mais pertinentes para o alcance da presente investigação. Certos de que não será em tão poucas páginas que teremos uma análise com a profundidade que a matéria exige, daremos, ainda assim, o enquadramento necessário para contribuir de forma ativa para os fins da dissertação.

Acompanhando esta linha de raciocínio, de referir que não serão tecidas considerações sobre todas as teorias existentes.

Relativamente à Comunicação existe um largo espectro de teorias e com contributos das mais diversas áreas do saber, sendo que os contributos que foram dados para a sua formação e consolidação como teorias no contexto académico aparecem dispersos na linha do tempo. Com isto queremos afirmar que parte das teorias da comunicação sofreram alterações à medida que se desenvolviam os estudos em diversas áreas e que encontravam afinidade com o conhecimento já existente, havendo em diferentes épocas, diferentes teorias comunicativas dominantes, mas talvez não seja possível afirmar que houve uma verdadeira mudança de paradigma.

Com efeito, tendo como foco do nosso trabalho perceber se há um critério editorial específico que incida sobre a procura de temas bem definidos sobre a atividade da polícia, que desemboca necessariamente na tentativa de alcançar e cativar uma massa significativa da população, iremos centrar a nossa abordagem nas teorias para a comunicação de massas.

Segundo Mauro Wolf, escritor italiano que se debruçou sobre as teorias da comunicação, essas mesmas teorias não surgiram em momentos cronologicamente sucessivos, mas coexistentes. Certos modelos de pesquisa coincidiram no mesmo hiato temporal, acabando por se influenciar mutuamente no seu desenvolvimento (Wolf, 2001). Mauro Wolf, (2001, p. 107) refere que o grande número de teorias que se ocupa das comunicações de massa poderá ser explicado pelo:

õfacto de estar fortemente exposta a discursos õconcorrentesõ, sectoriais e, por vezes, corporativos sobre o mesmo assunto. O õsaber práticoõ dos profissionais da comunicação (jornalistas, *media-men*, publicitários, responsáveis televisivos, etc.) e o õsaber políticoõ das instituições directa ou indirectamente implicadas na gestão ou no controlo dos *mass media*, são dois exemplos de abordagens õconcorrenciaisõ.

Torna-se necessário definir do que trata a comunicação de massa, e nesse sentido acompanhamos Dennis McQuail (2003), que entende a comunicação de massa como uma õciência que pretende compreender a produção, processamento e efeitos dos sistemas de símbolos e sinais pelo desenvolvimento de teorias testáveis, com generalizações adequadas que expliquem fenómenos associados à produção, processamento e efeitosõ (McQuail, 2003, p. 10). O estudo dos *mass media* deveria focar-se, fundamentalmente, no seu papel

de difusores das estruturas dominantes do poder e na sua capacidade de criar um efeito de adaptação da audiência. Estas premissas serão fundamentais para poder alcançar o significado da comunicação de massa. Não se trata de destruir a relação entre tendência sociológica e tendência comunicativa, na actual pesquisa sobre os *mass media*, mas de encontrar e aprofundar as integrações, as referências e as assimilações que existem entre as duas perspectivas (Wolf, 2001, p. 135).

1.1.1. Teorias clássicas

A primeira teoria que abordamos acredita-se que nasceu sob a égide da ideia de manipulação, numa lógica de que a comunicação funciona como um processo de reação. A teoria hipodérmica, associada ao contexto histórico da propaganda⁴, defende que cada pessoa é atingida diretamente pela mensagem. Nesse sentido é importante ter presente o conceito de massa, já explorado. A metáfora do hipodermismo procura sublinhar o carácter de impregnação (efeito subcutâneo) da informação no sujeito, conferindo-lhe um efeito mais duradouro, menos superficial.

Esta teoria da comunicação bebeu da teoria behaviorista de John Watson. Este afirmava que só se poderia estudar diretamente o comportamento observável (*behavior*), isto é, a resposta (R) de um indivíduo a um dado estímulo (E) do ambiente. A teoria hipodérmica - *bullet theory* - defendia, portanto, uma relação directa entre a exposição às mensagens e o comportamento: se uma pessoa é «apanhada» pela propaganda, pode ser controlada, manipulada, levada a agir (Wolf, 2001, p. 28). Nem mesmo as relações informais teriam qualquer preponderância na mudança de comportamento, devido ao efeito direto resultante da exposição à mensagem. No fundo, cada indivíduo reage às mensagens dos meios de comunicação de massa de forma isolada.

A massa resulta de um conjunto de pessoas que não têm qualquer ligação entre si, separadas fisicamente no espaço e com capacidade diminuta ou inexistente de influência mútua. Esta ideia de isolamento, de separação e anonimato entre os indivíduos considerados, associada à ideia de um certo mecanicismo da resposta ao estímulo da comunicação, acaba por ser o ponto central desta teoria da comunicação.

⁴ Edward Bernays (1928) refere-se à propaganda como «a manipulação consciente e inteligente dos hábitos e opiniões das massas organizadas» (Bernays, 1928, p. 9). (Tradução nossa)

As influências da psicologia behaviorista, o contexto socioeconómico (propaganda política), as técnicas de pesquisa (sobretudo questionários e entrevistas), tudo isso [põe em destaque] a concepção atomística do público das comunicações, como se esse público fosse constituído por indivíduos separados e independentes (Brouwer, 1962 *Cit in* WOLF, M. 2001: 32). Nesta medida, acompanha-se Bauer (1958) quando sublinha que, durante o período da teoria hipodérmica, os efeitos, na sua maior parte, não são estudados, são dados como certos.

A análise, embora que sumária, da teoria hipodérmica, é aqui apresentada pelo contributo e influência que presta a outras tantas teorias da comunicação. Na passagem para outras teorias, em muitas delas, poderemos verificar estarem presentes linhas da teoria hipodérmica.

A teoria da abordagem empírica de campo ou dos efeitos limitados, ao contrário da teoria hipodérmica, não dá tanta importância aos *mass media* no que toca ao seu campo de influência sobre a massa. Entende que as comunicações de massa constituem apenas uma fatia do bolo que influencia as relações comunitárias. Esta teoria tem como objetivo o estudo do tipo de consumo que o público faz das comunicações de massa (Wolf, 2001, p. 50).

Recorremos a Lazarsfeld (1940) para clarificar o objetivo da teoria dos efeitos limitados. Lazarsfeld aponta efeitos pré-selectivos e efeitos posteriores, na relação da rádio com a massa. Apesar de esta análise ter recorrido exclusivamente ao meio radiofónico, não invalida a generalização do seu resultado aos restantes *mass media* (Wolf, 2001). Na sua análise, Lazarsfeld observou que a rádio, primeiro seleciona o seu público e dirige os seus esforços precisamente para esse público que selecionou. Daí resulta que a análise dos factores que explicam as preferências por um determinado meio ou por um género específico, relaciona-se, portanto, estreitamente, com a análise da estratificação dos grupos sociais que revelam tais hábitos de consumo (Wolf, 2001, p. 50). Com efeito, para esta teoria, os *mass media* têm necessidade de atender à especificidade do contexto social no tempo e espaço que ocupam, e a partir daí movem esforços para conquistar as forças sociais predominantes (Lazarsfeld, 1940, Shils & Janowitz, 1948).

Mais tarde, em 1944, Lazarsfeld em conjunto com Gaudet e Berelson, trazem dois novos conceitos, o de líderes de opinião e o fluxo de comunicação a dois níveis ou *two-step flow of communication*. Para estes investigadores, os líderes de opinião caracterizavam-se

por serem indivíduos õmuito envolvidos e interessados no tema e dotados de maiores conhecimentos sobre eleõ (Lazarsfeld, Berelson & Gaudet, 1944, *Cit in*, WOLF, 2001: 52). O fluxo da comunicação a dois níveis, por sua vez, resulta na mediaõ que os líderes de opinião estabelecem entre os restantes membros do grupo e os *media*.

Os líderes de opinião e o fluxo comunicativo a dois níveis são parte de um fenmeno dinâmico e mutável conhecido por opinião pública. Na esteira de Walter Poyares considera-se opinião pública õa manifestaõ de juízos em tal volume, intensidade e continuidade que resulta na formaõ de uma corrente capaz de identificar-se no espaço e no tempoõ (Poyares, W., 1974, p.140). O processo de influência pessoal d dimensão a um instrumento fundamental para canalizar o surgimento da opinião pública. Tratam-se dos *media*. Na realidade,  luz desta teoria, os efeitos dos *media* podem ser compreendidos a partir da análise das interações mútuas que se dão entre os destinatários. Repare-se que os *media* produzem uma influência interpessoal, enquanto que a natureza da influência pessoal é considerada mais eficaz pelo facto de encontrar ligaõ com a vida do grupo social. Desta forma, para a teoria dos efeitos limitados, sendo uma teoria ligada à abordagem sociológica empírica, os efeitos dos *media* embora considerados relevantes, não têm uma valoraõ tão pertinente como os processos comunicativos de massa, envoltos pela complexidade própria do seu contexto histórico e cultural, mutável ao longo do tempo. Assim,  luz da teoria dos efeitos limitados, poderá entender-se que os *media*, não exercem uma influência direta para moldar a opinião pública conforme os seus interesses, mas tão-são têm um carácter de reforçadores de valores, comportamentos e atitudes da massa.

Teceremos agora algumas considerações acerca de uma outra teoria, a culturoolgica. Esta tem como caraterística fundamental o estudo da cultura de massa, identificando os elementos antropológicos mais significativos da mesma, bem como procura perceber a relaõ entre o consumidor e aquilo que o mesmo consome. Daqui resulta que, a teoria culturoolgica ocupa-se da definiõ de uma forma de cultura da massa contemporânea, não dando muita importância aos *media* e aos seus efeitos sobre a õmassaõ.

É importante notar que a cultura de massa õforma um sistema de cultura, constituindo-se como um conjunto de símbolos, valores, mitos e imagens que dizem respeito quer à vida prática quer ao imaginário colectivo. Todavia, não é o único sistema cultural das sociedades contemporneasõ (Wolf, 2001, p. 101). Em todo o caso, importa destacar a

grande capacidade dos *media* em se adaptarem a diferentes õmassasö e diferentes contextos.

Adoptamos o conceito de sincretismo avançado por Morin (1962) para clarificar o processo de produção de massa. Entenda-se produção de massa (notícia) como o alimento para consumo da õmassaö (sociedade). Desta forma, os *media* direcionam os seus esforços de pesquisa para a informação que entendem ter õuma qualidade média para um espectador médio: [assim] sincretismo é o termo mais adequado para traduzir a tendência para homogeneizar a diversidade dos conteúdos sob um determinador comumö (Morin, 1962, *Cit in*, WOLF, 2001: 102).

A informação e a ficção são duas importantes secções da cultura de massa em que o sincretismo tem um efeito marcante. A tendência para homogeneizar informação e ficção estimulam o aparecimento de *fait divers*, õfranja do real em que o inesperado, o bizarro, o assassínio, o incidente, a aventura, irrompem na vida quotidianaö (Morin, 1962, *Cit in*, WOLF, 2001: 103).

Com efeito, como avança Wolf, (2001, p. 103):

õA definição daquilo que constitui notícia e o relevo atribuído aos *fait divers* são, portanto, consequências ó no sector da informação ó de duas tendências profundas que percorrem a cultura de massa: por um lado, a dinâmica entre estandardização e inovação e, por outro, o sincretismo e a contaminação entre real e imaginárioö.

Desta forma entramos num domínio fundamental da comunicação de massa, o consumo da massa. Neste âmbito pode falar-se numa certa padronização de valores de consumo. õTendo por base e sendo portadora de uma ética do consumo, a lei fundamental da cultura de massa é a do mercado e a sua dinâmica resulta do diálogo contínuo entre produção e consumoö (Wolf, 2001, p.103). Em todo o caso, não será fácil alcançar se são os *media* que definem o seu público ou se é este último que condiciona os *media* a explorar o que lhes interessa. õO verdadeiro problema é o da dialéctica que existe entre o sistema de produção cultural e as necessidades culturais dos consumidoresö (Morin, 1962, *Cit in*, WOLF, 2001: 104).

Até aqui, pela análise sumária a 3 teorias clássicas da comunicação, entre muitas, verificou-se a tendência para tentar perceber os efeitos dos *media* a curto prazo. Veremos agora um contributo para tentar compreender as consequências dos efeitos de longo prazo.

1.1.2. Efeitos a longo prazo

Nos efeitos a longo prazo realça-se o efeito cognitivo que a exposição aos *media* provoca no público, deixando de lado as questões ligadas ao sistema de valores e comportamentos, próprios da análise dos efeitos a curto prazo. Destaca-se a diferença entre efeitos de curto e longo prazo no que se refere à sua durabilidade, isto é, enquanto que os efeitos de curto prazo são considerados pontuais, os de longo prazo falam da preservação dos efeitos no decurso do tempo.

Neste espectro de análise surge com relevância a sociologia do conhecimento que dá ênfase ao papel dos processos simbólicos e comunicativos, considerando-os pressupostos da sociabilidade, como afirma Wolf (2001, p. 141):

õNão é, pois, por acaso que, paralelamente, a temática dos efeitos se identifica com a perspectiva dos processos de construção da realidade. Como acontece frequentemente na pesquisa sobre os *mass media*, este tema não é novo, antes aparece, embora em formas fragmentárias e descontínuas, com mais frequência, na literatura.õ

Esta linha de pensamento, dos efeitos a longo prazo, defende que os *media*, por provocarem efeitos a longo prazo, têm a faculdade de influenciar opiniões e dessa forma influir também para o desenvolver de alguns comportamentos.

Uma preocupação premente nos estudos mais recentes sobre os efeitos prende-se com a questão da relação entre a influência do conteúdo dado a consumir pelos *media* e os padrões culturais próprios de cada sociedade no seu contexto social. De facto a exposição aos *media* pode contribuir para moldar a opinião daqueles que não possuem ainda uma opinião ou a têm pouco definida em relação a um determinado assunto. õO resultado final é que, muitas vezes, a repartição efectiva da opinião pública se regula pela opinião reproduzida pelos *mass media* e se adapta a ela, segundo um esquema de conjecturas que se autoverificamõ (Wolf, 2001, p. 144).

11.1.3. Teoria do Agenda-setting

O público, ou seja, as pessoas, têm a faculdade de absorver ou excluir o conteúdo informativo fornecido pelos *media*, recolhendo ou afastando o que consideram pertinente para complementar ou acrescentar essa informação ao seu quadro de conhecimentos. Neste sentido, a teoria do *agenda-setting* ou do agendamento, afirma que a influência da comunicação de massa se baseia no facto de os *media* colocarem à disposição todo o manancial de informação e imagens da realidade social que ultrapassam os limites estreitos da experiência pessoal, direta e imediata da realidade (Wolf, 2001).

A ideia central do *agenda-setting* entende que os *media* têm uma participação fundamental na percepção que as pessoas têm de grande parte da realidade social. Deixamos de parte a análise de casos concretos pelo simples facto de õquanto mais nos afastamos da noção geral de que os *media* dirigem a atenção e marcam as cognições e nos aproximamos do exame de casos concretos, mais incerto se torna, de facto, saber se esse efeito existe realmenteõ (McQuail, 2003, p.461).

Reforçando o carácter de dependência cognitiva que o público tem dos *media*, a hipótese do *agenda-setting* realça a entrada direta dos *media* na esfera cognitiva do público com efeito imediato. Mesmo que não se faça notar no imediato, o efeito está instalado e a qualquer momento poderá espoletar. Segundo Wolton (2012) podemos olhar esta realidade a dois níveis: por um lado, os temas ou problemas que estão na ordem do dia para os *media*; por outro lado, a sua hierarquização por ordem de importância e prioridade na ordem do dia. Aliás, como afirma McQuail, suportado nos estudos de Dearing e Rogers (1996), a õposição de um assunto na agenda mediática determina, de forma importante, a sua saliência na agenda públicaõ (McQuail, 2003, p. 462). Contudo alerta-se que não falamos de um efeito persuasivo, da tentativa de manipular ideias ou conhecimentos, õa comunicação social não diz necessariamente ao público como deve pensar, mas quais as questões da actualidade sobre as quais é importante ter uma opinião, qualquer que ela sejaõ (dos Santos, J., 2001, p.113).

É importante notar que, quanto menor for o conhecimento que as pessoas têm de um determinado assunto, a exposição aos *media* será tão mais importante na definição de conhecimentos relativamente a esse mesmo assunto. No sentido inverso, também é

possível verificar que quanto maior for a experiência direta, imediata e pessoal de um problema, que uma pessoa tenha sobre determinado assunto menor será a influência dos *media*, e em certos casos até nenhuma, para a definição de conhecimentos sobre esse assunto. Assim, considera-se a variável centralidade como um fator de intervenção do *agenda-setting*. Quanto a esta questão da centralidade do tema, Mauro Wolf (2001) defende que a mesma decresce com a progressiva articulação dos níveis de conhecimento em relação aos quais se define a agenda do público.

Aceitando a questão dos efeitos produzidos pelos *media*, é importante notar que diferentes tipos de *media* terão diferentes capacidades de influenciar cognitivamente o público. Nesse sentido, se considerarmos os *media* como principais responsáveis pela definição da agenda do público, ou se quisermos, da sua massificação, o tipo de *media* torna-se uma variável importante a analisar.

Com efeito, podemos verificar que alguns investigadores ocuparam-se a perceber qual o *media* com mais peso na definição da agenda do público. Wolf (2001) aponta os jornais como os principais promotores da agenda do público, deixando a ressalva de que se devem considerar também os noticiários televisivos, não fosse o facto de a televisão ter um certo impacto, a curto prazo, na composição da agenda do público. McCombs por seu lado avança que o carácter fundamental da agenda parece, frequentemente, ser estruturado pelos jornais, ao passo que a televisão reordena ou ressystematiza os temas principais da agenda (McCombs, 1976, *Cit in* WOLF, M., 2001: 162). Referindo-se a um estudo de McClure e Patterson, José Rodrigues dos Santos (2001) fala-nos, a este propósito, que a informação televisiva tem um carácter passageiro, é muito breve para produzir um efeito de agenda significativo, ao passo que os jornais permitem ao leitor ter uma visão sólida e aprofundada dos temas em discussão. Na análise do tipo de *media* com maior peso na definição da agenda do público, devemos ter em conta que a possibilidade de comparar os dados é reduzida pela falta de homogeneidade entre os géneros informativos em análise.

Outra questão pertinente para se analisar no estudo do *agenda-setting* é a tematização. Trata-se de um procedimento informativo que se insere na hipótese do *agenda-setting*, que consiste no tratamento da informação de modo a que tenha um efeito impactante considerável para ser colocada na ordem do dia e alcançar a atenção dos seus destinatários: o público. Neste sentido, importa para os *media*, tratar com maior interesse os acontecimentos ou conjunto de acontecimentos que pela sua natureza, se revelem mais

atrativos para a agenda do público e que consigam permanecer na mesma por um período de tempo considerável. Nem todos os temas ou acontecimentos são susceptíveis de tematização; são-no apenas aqueles que revelam uma importância político-social (Wolf, 2001, p.164). O carácter público do tema e a sua relevância social são, portanto, outras variáveis que influem no processo de tematização de um certo acontecimento ou conjunto de acontecimentos. Quanto ao efeito de *agenda-setting*, a tematização apresenta-se, pois, como uma hipótese limitada devido ao leque de assuntos suscetíveis de poderem ser alvo de tematização (Wolf, 2001).

Recordando que a hipótese do *agenda-setting* considera no seu âmbito de análise os efeitos a longo prazo, e não o cenário isolado da reflexão sobre apenas um episódio comunicativo, coloca-lhe um problema. Segundo Wolf (2001) para a hipótese do *agenda-setting*, o problema passa por não ter um modelo suficientemente credível e complexo, habilitado a explicar como é que a nova informação, veiculada através dos *media*, se transforma em conhecimentos adquiridos pelo público sobre os mais variados assuntos. Apesar de não se confundir necessariamente com esse modelo, a hipótese do *agenda-setting* deve vê-lo englobado na sua esfera de análise.

Wolf (2001) sugere-nos as investigações de MacKuen e Combs (1981). Estes dois investigadores ocuparam-se, entre outros trabalhos, de perceber o impacto da nova informação adquirida pelo público através da exposição ao conteúdo informativo dos *media*. No primeiro modelo, o óda atençãoó sugerem que a aceitação e consequente absorção de nova informação por parte do destinatário varia harmonicamente com a informação a que é exposto na relação com os *media* e com a sua capacidade cognitiva que tem para processar e tratar adequadamente essa mesma informação, para a compreender e para a inserir no seu quadro de conhecimentos. Num segundo modelo, o ódo enquadramento cognitivoó referem que os indivíduos mais atentos, mais interessados e com maior capacidade cognitiva, são do mesmo modo aqueles que se mostram mais resistentes à influência dos *media*, isto porque revelam estar munidos de um quadro cognitivo mais reforçado, organizado e enraizado. São, no sentido de Tarde, o verdadeiro público.

O agendamento ou *agenda-setting* não se pode esgotar numa só área; tem a necessidade de beber de várias áreas até alcançar um ponto de convergência para a delimitação do seu objeto de estudo e para definir conceitos homogéneos, algo que por exemplo, não se passa

a propósito do conceito de *tema*. Deve considerar-se também que os temas não percorrem todos o mesmo caminho, isto é, a agenda mediática e a agenda do público acabam por condicionar a durabilidade e consistência de um tema.

Lang e Lang (1981) avançaram que o processo de construção da agenda possa ser um processo coletivo, com um certo grau de reciprocidade (Lang & Lang, 1981, *Cit in* WOLF, 2001: 175). Neste âmbito parecem existir certas fases com uma preponderância relevante: repare-se que os *media* têm a capacidade de projetar acontecimentos, grupos, pessoas, entre outros, bastando-lhes para isso dar especial destaque ao que querem promover. Diferentes temas têm diferentes exigências quer quanto à quantidade, quer quanto à exigência da qualidade da sua emissão, para que consigam captar a atenção desejada. Esta primeira fase denomina-se de focalização. A sua existência por si só não é suficiente para se conseguir ter uma influência cognitiva sólida. A segunda fase, o framing consiste numa tentativa de imposição de um certo quadro interpretativo. Para que isto aconteça os *media* devem dar precisamente um quadro que permita interpretar o conteúdo em exposição. A terceira fase diz respeito a um momento crucial na entrada, por parte dos *media*, na esfera do seu público. Após conseguirem criar uma ligação entre o conteúdo que difundem e um quadro de valores, penetrando na esfera social e política do público, os *media* ficam habilitados para associarem acontecimentos pouco importantes, descontínuos, a uma vivência constante, que se desenrola como solução de continuidade (Wolf, 2001, p.176). Na falta de definição por parte do autor, propomos designar esta fase por vinculação. Esta invasão dos *media* no quadro de conhecimentos do seu público ganha dimensão, já numa quarta fase, se o tema puder ser personificado por indivíduos capazes de se definirem como porta-vozes. A possibilidade de dar forma à agenda reside, em grande parte, na habilidade desses indivíduos para comandarem a atenção dos *mass media*, num processo de empolamento que volta a propor todo o ciclo de fases (Wolf, 2001, p.176). Esta última fase poder-se-ia designar por projeção.

Apesar da análise feita até aqui, temos que nos elucidar de que existem diferentes níveis e processos de compreensão e muitas maneiras de se interpretar um texto, gravação áudio ou vídeo. Com efeito, compreender o carácter cumulativo dos efeitos cognitivos provocados pelos *media* parece-nos uma tarefa muito árdua de cumprir. A hipótese do *agenda-setting*, à semelhança de tantas outras teorias da Comunicação, tem limitações. Não obstante este facto, muitos investigadores têm-se interessado pelo agendamento porque afigura-se como

uma alternativa à procura dos efeitos direcionais dos *media* nas atitudes individuais e na mudança de comportamento.

1.2 ó O newsmaking

É nossa intenção neste espaço procurar perceber o que é a notícia, quais os seus fins e em que medida assume importância no contexto social contemporâneo, bem como, e essencialmente, perceber o seu processo de produção (*newsmaking*). Nesse âmbito exploramos a evolução dos estudos dos emissores, sendo de realçar que o conteúdo examinado e canalizado para este espaço não refuta o dever da consulta de outras leituras, para quem quiser ter um alcance diferente daquele a que se propõe a presente dissertação.

A notícia é o veículo informativo que promove a interação entre os *media* e o seu público. Seja ela transmitida sob a forma escrita, fonte sonora, ou sob o poder da imagem em movimento, o seu fim maior é prestar um serviço público de informação. Ou pelo menos esse seria o caminho desejável. Repare-se que as notícias fazem parte do consumo diário do cidadão contemporâneo, na medida em que este para conseguir captar de uma forma resumida e rápida o que se passa à sua volta, procura informar-se, e para o fazer recorre aos *media*, pelo que defende-se: ãOs que se propõem manejar os instrumentos de comunicação social compete uma missão de cordialidade, pois serão responsáveis pelo entendimento humanoö (Gonçalves, S., 1974, p.43).

õA notícia é o produto de um processo organizado que implica uma perspectiva prática dos acontecimentos, perspectiva essa que tem por objectivo reuni-los, fornecer avaliações, simples e directas, acerca das suas relações, e fazê-lo de modo a entreter os espectadoresö (Altheide, 1976, p.112).

Entendemos que se afigura fundamental um serviço noticioso imparcial e com a missão de munir a sociedade com informação pertinente e necessária para que possam ter uma visão do que os seus olhos não podem presenciar, que os seus ouvidos não possam captar *in loco*, tendo em conta que a sua condição não lhe permite ser fisicamente omnipresente. Desta forma os *media* oferecem a possibilidade à sociedade de perceber o mundo à sua volta, condensando em espaços informativos próprios a narrativa do fluxo de interações que todos os dias, a toda a hora, em todo e qualquer lugar, vão acontecendo. E a condição de simultaneidade é decisiva para que possamos captar atenção e para que se possa reconhecer a existência de um público.

Para informar os outros homens, o jornalista é obrigado a seleccionar factos. Daí resulta que o jornalista tem um poder considerável, o poder de seleccionar um caminho e não outro, estabelecendo o seu critério de noticiabilidade. Existem critérios para seleccionar uma informação que importe noticiar e para seleccionar parte da informação que não interesse. Porque estes critérios não são arbitrários e para que seja possível tornar mais clara a lógica de tal processo chama-se à colação os *gatekeepers*.

Kurt Lewin, em 1947, a propósito de um estudo sociológico sobre as decisões domésticas para a aquisição de alimentos, observou que existem certos sítios denominados *portões* ou *áreas de portão* com um *porteiro*. Transportando a realidade da comunicação de massa para este exemplo, verifica-se, que nestes moldes, o *porteiro* é responsável por filtrar a informação que se deixa entrar e a que não passa pelo portão, obedecendo, aparentemente a critérios de imparcialidade (dos Santos, J., 2001, Wolf, M., 2001). Assim, *na* lógica do trabalho da comunicação social, cabe a um indivíduo ou a um grupo poder decidir se deixa passar a informação, ou se a bloqueia (dos Santos, J., 2001, p.92).

David White, em 1950, movido pelo interesse no conceito de *gatekeepers*, publica na revista *Journalism Quarterly* o primeiro estudo estruturado sobre o tema. Olhou com especial curiosidade o trabalho do jornalista Gates. White tentou averiguar o critério de selecção a que Gates recorria para aceitar parte das notícias que lhe chegavam e o que o levava a recusar as restantes. Pode-se afirmar que à luz do conceito de *gatekeeper*, Gates era o porteiro que deixava passar as notícias que tinham perfil para isso e barrar a entrada às restantes. As limitações do estudo de White encontram expressão, por um lado, na questão da análise singular de um só portão no processo de selecção noticiosa, descurando o facto de que o processo carece de mais níveis de selecção, ou seja, de mais *gatekeepers* desde a fonte até ao emissor final. Por outro lado, White não considerou a perspectiva organizacional no processo de selecção de notícias, considerando uma perspectiva muito individualista do trabalho.

Westley e MacLean, em 1957, preenchem a lacuna do *gatekeeper* como sistema isolado de análise. Entendem haver uma lógica organizacional e nesse sentido promovem os *media* a seletores de informação. *O* carácter individual da actividade do *gatekeeper* é ultrapassado, acentuando-se, em particular, a ideia da selecção como processo hierarquicamente ordenado e ligado a uma rede complexa de *feed-back* (Wolf, M., 2001, p.181). Ao contrário daquilo que pensava White, Westley e MacLean defenderam que há um critério

de *gatekeeping*: ãos *gatekeepers* não se limitam a seleccionar as notícias que lhes interessam pessoalmente, mas as que eles presumem serem do interesse do seu público (dos Santos, J., 2001, p.94).

Dois anos mais tarde, em 1959, McNelly avançou com um contributo que permitiu afastar a outra lacuna do modelo de White. Para McNelly existe mais do que um *gatekeeper*, sendo que os vários *gatekeepers* têm uma organização bem definida. Ao longo da sequência destes portões vai-se desenrolando o processo de selecção noticioso, desde a fonte até ao produto final. Aceita-se a perspectiva de José Rodrigues dos Santos (2001, p. 95) quando afirma que:

õUma das implicações deste processo é que o *gatekeeping* não se limita a seleccionar as notícias que podem franquear o portão, mas também a filtrar pormenores da notícia autorizada a ser publicada. Daí que o processo não se limite à selecção ou rejeição de notícias, implicando também a redução do seu conteúdo.ö

Mais tarde, em 1969, Bass desenvolveu os conceitos que White e McNelly não trabalharam. Os dois investigadores ignoraram os diferentes papéis dos vários *gatekeepers*, bem como descuraram a questão de perceber qual o ponto de selecção mais significativo. Na perspectiva de Bass o trabalho dos jornalistas deveria ser considerado em duas fases. Numa primeira fase, estes profissionais deveriam fazer a recolha noticiosa e a partir daí transformar os acontecimentos em notícias. A segunda fase diria respeito ao processamento dessas notícias, trabalhando-as até ao ponto que lhes desse a substância necessária para se apresentarem como um produto completo para levar ao conhecimento do público. ãO ponto mais importante de filtragem é o do processamento noticioso, porque é aí que se faz a selecção final, com os *gatekeepers* longe da influência das fontes de informação (dos Santos, J., 2001, p.96). Bass contribuiu com a descoberta de que as fontes teriam a faculdade de, na primeira fase, influenciar o *gatekeeper* a introduzir particularidades que de outra forma não teriam lugar no texto. No entanto, uma parte considerável dessas particularidades era suprida da notícia pelos processadores, essencialmente por duas razões: devido à quase nula influência das fontes sobre a sua decisão e por serem o último nível de *gatekeeping*.

õSe os estudos sobre os *gatekeepers* associavam o conteúdo dos jornais ao trabalho de selecção das notícias, executado precisamente pelo «guarda da cancela», os recentes estudos sobre a produção de notícias relacionam a imagem da realidade

social, fornecida pelos *mass media*, com a organização e a produção rotineira dos aparelhos jornalísticos (Wolf, M., 2001, p.183).

Adaptando o raciocínio de Golding e Elliot (1979), no seu estudo sobre *newsmaking*, à presente investigação, avança-se que as seguintes questões definem o âmbito e colocam a nú o objeto de análise da abordagem do *newsmaking*: Que imagem do mundo fornecem as notícias veiculadas pelos *media*?; Como se associa essa imagem, através dos *media*, às exigências quotidianas da produção de notícias? ãEssa abordagem articula-se, principalmente, dentro de dois limites: a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos. As conexões e as relações existentes entre os dois aspectos constituem o ponto central deste tipo de pesquisa. (Wolf, 2001, p.188).

No processo de *newsmaking* procura-se um produto final que se traduza em acontecimentos significativos e interessantes. Desengane-se quem acredita que este processo é simples. Aliás como refere Wolf, a fonte das notícias, sendo o ãmundo da vida quotidiana, torna a tarefa onerosa e complexa devido à ãsuperabundância de acontecimentos que a realidade social nos apresenta. Atendendo a esta realidade exige-se aos *media* uma grande capacidade de selecção com critérios bem definidos.

ãO objectivo de seleccionar tornou-se mais difícil devido a uma característica posterior dos acontecimentos. Cada um deles pode exigir ser único, fruto de uma conjugação específica de forças sociais, económicas, políticas e psicológicas que transformaram um acontecimento ãneste acontecimento particular. [...] Do ponto de vista do órgão de informação, é impossível aceitar essa pretensão quanto a todos os acontecimentos. Como qualquer outra organização complexa, um meio de informação não pode trabalhar sobre fenómenos idiossincrásicos. Tem de reduzir todos os fenómenos a classificações elaboradas propositadamente, como os hospitais que «reduzem» cada doente a um conjunto de sintomas e de doenças [...]. Estas exigências, que são devidas à superabundância de factos que acontecem, indicam que os órgãos de informação, para produzirem notícias, devem cumprir três obrigações:

1. Devem tornar possível o reconhecimento de um facto desconhecido (inclusive os que são excepcionais) como acontecimento notável.
2. Devem elaborar formas de relatar os acontecimentos que não tenham em conta a pretensão de cada facto ocorrido a um tratamento idiossincrásico;

3. Devem organizar, temporal e espacialmente, o trabalho de modo que os acontecimentos noticiáveis possam afluir e ser trabalhados de uma forma planificada. Estas obrigações estão relacionadas entre si (Tuchman, 1977, *Cit in* WOLF, 2001: 45).

O *newsmaking* como processo de produção de informações obedece a uma cultura profissional, onde são balizadas as funções dos *media* e dos jornalistas na sociedade, bem como se preocupa pelo concebimento do produto final traduzido em notícia e das diferentes fases que a precedem. Neste sentido há também a considerar que cada *media* como entidade, pública ou privada, do mundo das notícias tem critérios editoriais aos quais se vincula. Wolf (2001) intitula tais critérios como *newsworthiness* atendendo que são estes que definem a noticiabilidade de cada acontecimento:

ãa noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, de entre um número imprevisível e indefinido de factos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias (Wolf, 2001, p.190).

A *newsworthiness* de um acontecimento em relação ao que, pelo contrário, não é suscetível de ser noticiado decorre do tempo e recursos escassos inerentes ao processo produtivo como fatores algo preponderantes e limitativos. Altheide traduz esta ideia como a ãfactibilidadeö do acontecimento, defendendo que este acaba por operar para ãdescontextualizar ou para remover um acontecimento do contexto em que se verificou, para o poder recontextualizar dentro das dimensões do noticiárioö (Altheide, 1976, p. 179).

Atendendo que o conjunto de fatores que determina a noticiabilidade dos acontecimentos permite efetuar, quotidianamente, a cobertura informativa, dificultando o aprofundamento e a compreensão de muitos aspectos significativos dos factos apresentados como notícias, acaba por contribuir para a ãdistorção involuntáriaö no processo de cobertura informativa. Repare-se que ãos critérios de relevância são, por um lado, flexíveis e variáveis quanto à mudança de certos parâmetros e, por outro, são sempre considerados em relação à forma de operar do organismo que faz a informaçãoö (Wolf, 2001, p.190).

Se existem *gatekeepers* para garantir uma selecção ponderada dos acontecimentos suscetíveis de se transformarem em notícias, esses mesmos *gatekeepers* valem-se de critérios para fazer a sua selecção. Neste campo, Galtung e Ruge (1965) contribuíram com

a enumeração de nove critérios essenciais para que este processo seja rápido e eficaz, aos quais atribuíram a designação de valores/notícia.

Os valores/notícia são qualidades dos acontecimentos, ou da sua construção jornalística, cuja presença ou cuja ausência os recomenda para serem incluídos num produto informativo (Golding & Elliot, 1979, p.114).

Na esteira de Galtung e Ruge (1965), são valores/notícia:

- 1- *Momento do acontecimento* (preferência por acontecimentos de última hora);
- 2- *Intensidade* (quanto maior o impacto expectável de ser causado por um acontecimento, maior probabilidade tem de ser noticiado);
- 3- *Clareza* (quanto menor for a possibilidade de levantar dúvidas, maior a probabilidade de um acontecimento ser noticiado);
- 4- *Proximidade* (quanto mais próximo, maior a probabilidade de um acontecimento ser escolhido);
- 5- *Consonância* (acontecimento temperado de expectativas e/ou preconceitos em voga);
- 6- *Surpresa* (complemento da Consonância. Quanto maior o grau de imprevisibilidade do acontecimento, maior a probabilidade de ser selecionado);
- 7- *Continuidade* (um acontecimento noticiado pela primeira vez, tem grande probabilidade de continuar a ser noticiado à medida que sofre evoluções);
- 8- *Composição* (procura-se um equilíbrio temático, pelo que não se podem noticiar todos os acontecimentos respeitantes a um tema);
- 9- *Valores socioculturais* (os profissionais dos *media* ponderam, na escolha de acontecimentos a noticiar, os padrões culturais e valorativos do seu público-alvo).

Na perspectiva destes dois investigadores, acontecimentos que englobem fortes componentes desta lista de valores/notícia são acontecimentos com grande potencial para se enquadrarem na agenda dos *media* e se constituírem como notícia. Por outro lado, acontecimentos que não se enquadrem nestes valores/notícia serão pouco suscetíveis de reunir as condições para passar o *gatekeeper* final, ou sequer lá chegar, e se transformarem em notícia. Com efeito, os valores/notícias são, por isso, uma forma de rotinizar o trabalho e facilitar a escolha e produção informativa (dos Santos, J., 2001, p.99).

A investigação de Galtung e Ruge dizia respeito ao jornalismo em geral, mas Epstein percebeu que essas premissas não se poderiam traduzir taxativamente na televisão, onde imperavam outros constrangimentos (valor noticioso, previsibilidade dos acontecimentos, valor das imagens, custos e logística). ãNa sua análise do *newsmaking* televisivo, Epstein concluiu que os jornalistas não são livres, mas meras peças integradas numa máquina muito mais vastaö (dos Santos, J., 2001, p.103). Pesando de forma significativa o constrangimento económico, para Epstein na realidade televisiva esse constrangimento reflete-se na qualidade das notícias que vão sofrendo distorções, sejam elas intencionais ou inconscientes. Os irmãos E. Lang e K. Lang bem como Boorstin, reportando-se aos *media* na sua generalidade, defenderam também a visão distorcida provocada pelos *media* dos acontecimentos, refletindo-se essa distorção no produto final, a notícia. Contudo, defenderam que os profissionais do ramo não eram culpados por este viés, mas a explicação poderia passar pelas orientações das estruturas hierárquicas, responsáveis pela definição dos critérios editoriais dos órgãos de comunicação social.

Independentemente de qual o serviço de *media* que estejamos a analisar, parece-nos óbvio que existe uma realidade transversal a todos eles no processo de *newsmaking*. Referimo-nos ao carácter dinâmico dos valores/notícia. O acontecimento ou conjunto de acontecimentos que hoje ocupam a agenda mediática não o ocuparão necessariamente amanhã: ãIsso manifesta-se claramente na especialização temática que, num determinado período histórico, os meios de informação conferem a si própriosö (Wolf, 2001, p.198). Nesse sentido defendemos que os valores/notícia não são completamente estanques, sendo que existe espaço para adaptações editoriais mediante a filosofia própria da linha editorial de cada órgão de *media*, dos seus dirigentes e bem como terão que ser tidas em conta as exigências do público que se pretende atingir.

Sendo as audiências um fator crítico para a economia dos canais televisivos, tendencialmente o tipo de notícia que capte mais audiências será o predileto para estar presente nos conteúdos programáticos. ãEsta luta pelas audiências condiciona igualmente a qualidade da informação televisiva, ao valorizar cada vez mais o «espectáculo da notícia» em desfavor do rigor da mensagem.ö (Brandão, N. 2002, p. 13). Aceita-se a posição de Brandão e acredita-se ser extensível às restantes modalidades de *media*. Não se considera, contudo, que todos os *media* adotem este posicionamento, mas é uma afirmação que tem de ser analisada pela sua pertinência. Com efeito, observa-se com interesse o trabalho de Herbert Gans, investigador que desenvolveu uma ãteoria de selecção de notíciasö onde

concluiu que os jornalistas não têm õliberdade total na selecção e produção das suas notícias, ou seja, têm sobretudo diversas limitações (...) que são principalmente impostas por õpressões comerciais, do õpúblico (audiências) e õpolíticas (Gans, 1979 *Cit in BRANDÃO, N. 2002: 77-78*).

Na mesma linha de raciocínio encontramos a posição de Machado e Santos (2010, p. 59):

Os média empenham-se numa busca para encontrar a õverdade e defender o interesse público. Contudo, o interesse público pode transmutar -se em interesses das audiências, o que pode afectar os padrões e prioridades dos processos de produção de notícias.

O *newsmaking* policial tem ganho contornos importantes na agenda mediática e verifica-se a sua presença como tema consolidado e forte, capaz de invadir a esfera do público e preocupado em conseguir isso mesmo: õé difícil o trabalho de escrever diariamente notícias sobre o mundo do crime e definir quais destas notícias merecem um destaque maior e que valores essas informações têm para atrair o leitor (Melém, V., 2011, p.48). Se falamos de um *newsmaking* policial, ganha dimensão a questão dos critérios de noticiabilidade policial. Nessa esfera de análise, avança-se que, contemporaneamente, o *newsmaking* policial é um tema explorado com critérios editoriais próprios.

õNesta análise, chega-se à conclusão que três critérios são fundamentais no jornalismo policia, dentro do universo estudado óo Diário Policia ó, são eles: o Tempo, ou seja, as notícias mais quentes atraem mais atenção e têm mais possibilidade de ser publicada, por aproximar o leitor da concepção de história imediata; o critério Infração também se faz presente nas notícias do jornalismo policial, ou seja, informações sobre atos que vão contra leis e normas se destacam e merecem ser manchetes; o critério Proximidade (...) o que leva a crer que os fatos sobre a violência cotidiana (...) são os que mais aparecem (Melém, V., pp. 48-49).

Numa perspetiva de serviço público, defendemos que os acontecimentos poderão ser transformados em notícias depois de tornados pertinentes pela cultura profissional dos profissionais dos media. A partir desse momento, os acontecimentos deverão ser explorados e traduzidos pelo órgão informativo com as alterações exigidas não devendo ultrapassar mais que esse limite necessário, ou seja, devem procurar sobretudo informar e não tanto nos dividendos que daí poderão extrair. É expectável, contudo, que no caso de acontecimentos mais õfora da box, os media tenham a flexibilidade necessária para

adaptar o seu discurso e rever procedimentos, adaptando a informação ao carácter excecional da situação.

Como vimos até aqui, o processo produtivo de informação (newsmaking) depende de várias ordens de razão. Não podemos desligar o processo produtivo da necessidade de serem estabelecidos parâmetros de noticiabilidade ou newsworthiness para definir quais os acontecimentos que merecem passar todas as fases do gatekeeping e culminarem num resultado final suscetível de ser apresentado ao público. Esse resultado traduz-se na notícia que procura fazer parte da agenda do seu público-alvo. Todo este processo é supervisionado pelas estruturas hierárquicas dos diferentes media, que mediante a sua natureza (pública ou privada) canalizarão os seus esforços para um serviço público ou para um serviço com fins mais comerciais. A dúvida que subsiste, em abono dos argumentos anteriormente apresentados, é a de saber se, em rigor, poderá haver um serviço público desenvolvido por privados.

No próximo capítulo afunilaremos a questão da agenda mediática considerando a vertente da atividade policial, dessa forma propomos um contributo sobre a relação polícia ó *media*.

Capítulo 2- A relação polícia ó *media*

No presente capítulo procura-se contribuir para a verificação de uma possível relação polícia ó *media*. Com efeito, considera-se a atividade policial e em que medida esta interessa aos profissionais ligados aos *media*, isto é, questiona-se se a polícia e os acontecimentos ligados à sua existência são temas que cabem na agenda mediática, por que razões, sob que formas aparece, ou quem contribui, e de que forma, para isso. Estas questões, deixadas aqui como nota introdutória do capítulo, mas não órfãs no desenvolvimento do mesmo; são diretrizes para tentar perceber se os *media* e o seu mundo envolvente têm potencial de moldar a imagem institucional da PSP e em que medida.

Numa era em que os *media* funcionam como que uma espécie de consciência moral/social das diversas instituições, públicas ou privadas, colocando-as sobre um foco de observação crítica constante que não tolera o erro ou a injustiça, expondo-a de imediato ao público (Pereira, R., 2007, p.8), será importante perceber mais sobre essa realidade e assim avançamos com um contributo sobre a relação polícia ó *media*.

Defendemos que a verdadeira democracia concede o direito do povo de se manter informado e convida-o a conhecer a vida pública e abre espaço à sua participação na mesma. Confluindo essa responsabilidade do Estado com a atividade dos *media*, a deontologia e ética profissionais, concretamente a responsabilidade individual e coletiva dos profissionais ligados aos *media* leva-nos a olhar para a liberdade destes profissionais numa perspetiva dual. Por um lado, essa liberdade de escolha não deve ser usada com fins sensacionalistas, mas sim apenas com o propósito de passar a notícia integral, sem esfumar frações de acontecimentos. Por outro lado, essa liberdade não pode ser restringida sob pena de se violar a própria Lei Fundamental⁵.

Os *media* têm a faculdade do direito à liberdade de expressão, nomeadamente à liberdade editorial, que para uma informação correta e abrangente dos acontecimentos, é largamente aceite como de extrema importância (Robert Pinker, 1995). No entanto, e como afirma McQuail (2003, p.15):

Os *media* lidam com assuntos públicos para fins públicos - sobretudo com assuntos em que se espera que se forme uma opinião pública; são responsáveis

⁵ Constituição da República Portuguesa de 1976

pelas suas actividades em relação à sociedade no seu conjunto (a responsabilidade é feita através das leis, regulações e pressões do Estado e da sociedade).ö

Antes de prosseguir com o contributo acerca da relação polícia ó *media*, importa neste espaço, e visto que já se deu uma possível definição de *media* no capítulo anterior, dedicar uma breve conceptualização do que se entende por polícia. Com efeito, polícia trata-se de um òcorpo organizado dotado de *ius imperii* na prossecução de uma das tarefas fundamentais do Estado: defesa e garantia dos direitos e liberdades fundamentaisö (Valente, M., 2012, p.11).

Conforme foi dado a observar em 1.2, quando se abordou a questão dos *gatekeepers* no processo de *newsmaking*, apesar de em certos espaços informativos, nomeadamente em matérias de catástrofe ou desastre, poder parecer que os jornalistas têm tendência para noticiar com base em critérios arbitrários, na verdade funcionam segundo uma lógica própria. Importa ainda aditar, antes de analisar de forma mais escrutinada a relação polícia ó *media*, que òsejam quais forem as críticas que se possam dirigir à profissão jornalística, é justo afirmar que muitos jornalistas são motivados por uma busca pela verdade e objectividadeö (Gies, 2010 *Cit in* MACHADO & SANTOS: 91). Contudo, e recuperando também a questão das diretrizes editoriais na definição daqueles que serão os critérios a ter em apreço para noticiar um universo restrito da amostra superabundante de acontecimentos que surgem diariamente, não se podem excluir as exigências do público bem como as pressões políticas e económicas, como parâmetros imprescindíveis de alcançar, e que acabam por influenciar, em menor ou maior medida, os critérios editoriais.

Os acontecimentos que façam referência à polícia são, na sua generalidade, de grande interesse para os *media*, contudo, segundo foi apurado num estudo por Chan & Chan (2012), a maioria dos meios de comunicação social divulga em maior número acontecimentos com contornos negativos da atividade policial. Este facto assume preponderância, visto que, e segundo estudos norte americanos, a presença desse teor negativo em notícias sobre a polícia, mesmo que a situação concreta não tenha sido efetivamente negativa, condicionam a imagem que o público constrói (Chan & Chan, 2012).

Segundo Mawby, referenciado por Machado e Santos (2002, pp.136-137):

õos média e a polícia ocupam papéis na vida pública que periodicamente os levam ao conflito. As suas agendas são diferentes: a polícia previne e detecta o crime e

mantém a ordem, os média maximizam as suas audiências e os seus proveitos, mas tradicionalmente também desempenham o papel de quarto poder, desafiando as instituições do Estado em nome do público.ö

A mediatização da justiça, onde se enquadra a realidade da PSP, *máxime* a vida policial, não presente na plenitude, mas referenciada em grande parte dos espaços informativos, direta ou indiretamente, como consequência da sua natureza eminente de FSS, é uma realidade e traz consigo o efeito nefasto da ilusão da compreensão integral de acontecimentos, quando na verdade apenas se vê a ponta do *iceberg*, e a partir daí se constrói irrisoriamente uma opinião que se crê ser consolidada. Nesse sentido acompanha-se Breton ao afirmar que os *media*, no decorrer da sua função informativa, direta ou indiretamente, aumentaram, apesar de tudo, a ãossa ignorância do mundo real, pois a ignorância não tem melhor aliado do que a ilusão do saberö (Phillipe, B., 1994, p.132).

Dentro do mesmo espetro de análise e referindo-se à mediatização da justiça Machado & Santos (2010, p.7) avançam que os *media* podem funcionar como:

öcatalisadores de reivindicações populares e de mudança, podendo inclusivamente promover o desenvolvimento da qualidade da cidadania. Porém, a mediatização da justiça pode também servir para manter o *status quo*, sob a ilusão da participação e da transparência, reduzindo a vivência democrática a níveis inferiores, sem que tal se afigure perceptível aos cidadãos, dado que frequentemente é formatada para consumo e entretenimento e não necessariamente como contributo para a educação e formação cívica das audiências.ö

A cultura policial não se vincula rigidamente e apenas à legislação, sofre também processos de aculturação provenientes de entidades externas, bem como não se pode falar numa cultura policial estanque. Com o tempo vão-se alterando vontades e mentalidades, a realidade é dinâmica e a polícia tem que acompanhar essa evolução, resultando daí uma constante atualização da cultura policial.

öDo mesmo modo, a polícia é uma instituição que está dentro da sociedade e não acima dela, portanto, a formação da cultura policial se dá em diálogo com as normas e valores vigentes a respeito de como deve atuar um policialö (da Silva, J., 2012, p.44).

Chama-se à atenção para a perspectiva de Jacqueline da Silva (2012) quando fala na abordagem mediática feita sobre a atividade policial e que esta não está em harmonia com o dia-a-dia policial, mas essencialmente com os elementos que podem atrair a atenção das audiências. Tal abordagem cria representações sobre o trabalho da polícia que pode destoar da dinâmica real destas instituições e criar expectativas dramatizadas a respeito do papel da polícia na resolução de problemas como a criminalidade violenta (da Silva, J., 2012, p. 20). Neste sentido a investigadora defende que a realidade policial no seio da lógica mediática é projetada como uma profissão ligada à ação e o perigo constante, ainda que uma parte significativa do trabalho policial seja a resolução de pequenos conflitos diários e a burocracia.

Como complemento da linha de raciocínio de Jacqueline, acrescenta-se a perspectiva de Ryneveld (2005, p. 35): a atenção dos órgãos de comunicação social centra-se, muitas vezes, na implementação da lei e nos direitos humanos. Conjugando estes dois contributos, poderá tornar-se mais claro escarpelizar o conceito de *infotainment*.

O *infotainment*, que resulta da intencional confusão entre facto real e entretenimento por parte dos *media*, é nos dias de hoje um ingrediente fundamental na produção noticiosa na tentativa de vencer a batalha pelas audiências (Surette, 1998; Jewkes, 2004; Machado & Santos, 2010; da Silva, J., 2012). O crime é um tema que assume contornos de *infotainment*, tratando-se de um conteúdo atrativo para as audiências, por gerar a expectativa de ser uma estória cativante (Gies, 2010 *Cit in* MACHADO & SANTOS: 88).

Quando os *media* apontam numa direção e começam a dar maior enfoque a um determinado tipo de crime, na sociedade gera-se a percepção de que esse tipo de crime está a aumentar, quando na verdade até pode estar a diminuir, mas a sua prevalência na retina dos espectadores cria esse efeito perverso. A selectividade associada à cobertura jornalística do crime pode mesmo criar uma onda de crimes (Valerie P. Hans e Juliet L. Dee, 1991, *Cit in* MACHADO, H. & SANTOS, F.: 39). Com efeito, atendendo a estes dados inclinamo-nos para aceitar a perspectiva de Antunes (2009, p.43) quanto aos *media*:

Embora nem sejam criadores nem incitadores deste sentimento [de insegurança], a verdade é que ao repetirem-no constantemente, muitas vezes até que surja um caso semelhante ou ainda mais grave, podem multiplicar inúmeras vezes uma ocorrência

que, provavelmente, terá representado uma exceção à normalidade (Antunes, C., 2009, p.43).

Verifica-se a importância económica que o mundo do crime suscita aos *media*, visto que a violência e o crime sempre foram um foco de interesse para o Homem, daí aceitarmos o raciocínio de Adelino Gomes: «parece que todos concordamos, existe este gosto insassível pela violência que nos caracteriza e que os *Media* exploram». (Adelino Gomes, 1995, p. 94). Esta relação de simbiose polícia-criminalidade, tende portanto a ser explorada pelos *media* por ser um assunto capaz de cativar uma massa de adeptos significativa, resultando dessa exploração temáticas importantes divididos. O campo do crime e da atividade policial são, portanto, bastante abordados pelas mídias formais, tendo se tornado uma mercadoria bastante rentável para os meios de comunicação social e a principal fonte de representações sobre a polícia e o crime (da Silva, J., 2012, p.12).

Pese esta realidade, os *media* não criam, nem tentam promover a violência ou o crime em si mesmos, antes os divulgam ou publicitam, resultado dos conteúdos informativos que apresentam, como aliás, é sua obrigação fazer essa denúncia.

É, no entanto, desejável, que o desempenho e exercício desta função se processe com cada vez mais profissionalismo ou ética, com veracidade, isenção, e menos sensacionalismo, e com mais cuidado e respeito pelos diversos públicos, de modo a não contribuir para fomentar juízos erróneos ou perigosos, em espíritos mais frágeis ou mais jovens (Pessoa Lopes, 1995, p. 63).

A ótica de Pessoa Lopes ganha relevância se lhe aditarmos o contributo de outros investigadores, quando afirmam que com recurso a ferramentas audiovisuais, os *media* na tentativa de maximizar as suas audiências e lucros daí resultantes, colocam a notícia num papel de mercadoria, descurando a sua missão iminente informativa em favor da rentabilização do produto (Gans, H., 1979, Brandão, N., 2002, Mawby, 2002, Machado & Santos, 2010, da Silva, J., 2012). Repare-se que o mundo sempre foi violento, não é de agora. O que mudou foi a facilidade e rapidez com que nos chegam as imagens. Também é verdade que se a violência existe, os *media* não a podem ignorar e devem dar conta da sua existência. No entanto, o que aqui se defende é o perigo do potencial pernicioso de alguns critérios editoriais que não oferecem, por vezes, um enquadramento noticioso adequado à limitação dos seus malefícios. Entende-se a necessidade de sobreviver no seio mediático, por natureza muito competitivo, mas para acautelar os excessos terá que haver, no nosso

entender, um critério rígido intrínseco a todos os *media* e a todos os seus profissionais: imparcialidade. Prática recorrente em muitos profissionais e OCS, mas que seria vantajoso estender-se a todo o corpo profissional.

Aqueles que seguirem como princípio a venda da notícia acima da qualidade técnica e ética do jornalismo, adulterando a informação, provocam a ilusão de esclarecer o público, sem realmente o alcançar, estão desviados da ética jornalística. O cidadão no seu quotidiano ãdecora sem maior processo lógico e repete estereótipos, carregando as expressões com o significado que lhes querem dar os formadores de opiniãoö (Poyares, W., 1974, p.212).

Não se pode ignorar o facto da possibilidade de esta realidade estar presente, e como seria expectável, são os próprios profissionais do ramo que recriminam com maior veemência aqueles que são portadores dessa conduta. Com efeito, cita-se Luís Ochoa: ãNão se acuse (...) o portador das más novas, puna-se, ou aponte-se, quem cria essas situações.ö Contudo, é necessário:

õsaber se, essa actividade é feita no respeito pelas normas éticas e deontológicas de isenção, sem empolamento de factos e com o esclarecimento correcto das questões mais complicadas, ou mais sensíveis. O que é preciso saber é se o sensacionalismo e a necessidade de um jornalista (ou rádio) se fazer notado, não leva muito profissional da nossa praça a fazer um relato adulterado do acontecimento (...); o que é preciso saber é se se hipervaloriza editorialmente um acontecimento, conferindo-lhe uma dimensão que ele não tem no seu início e provocando um crescendo que pode levar a situações de facto violentasö (Luís Ochoa, 1995, p. 129).

A violência policial faz parte do trabalho da polícia atendendo ao facto de que em certas ocorrências é necessário recorrer ao uso da força para fazer cessar as condutas ilícitas que façam perigar a integridade física, ou mesmo o bem jurídico vida. Com essa ação, o elemento policial salvaguarda a sua integridade ou a de terceiros. Acompanhamos Saporì quando fala que tal violência tem dois significados: um instrumental e outro moral:

õO primeiro abrangeria a noção da violência como instrumento de trabalho que ajudaria na prevenção de crimes ou na resolução mais rápida de conflitos, e o segundo estaria baseado na ideia de que a polícia é responsável por limpar a sociedade de indivíduos desviantes, sendo o combate ao crime e a ação violenta contra criminosos moralmente justificável. Esse significado moral da violência

policial dialoga com a percepção que a comunidade tem a esse respeito (Sapori, 1999, *Cit in.* SILVA: 46).

Jacqueline da Silva (2012) avança que a incerteza é uma constante na atividade policial fruto da tensão motivada pelo poder discricionário que a polícia possui nas suas atividades diárias. Assevera que a realidade policial é excessivamente burocratizada e isso limita a supervisão da atividade policial por parte das instâncias superiores de comando destas instituições. A atividade policial que atua numa primeira linha de contacto com o cidadão, e em virtude disso representa uma parte importante da imagem institucional, apenas é questionada ou revista quando há razões especiais para isso, como uma denúncia. Reforça esta posição dizendo que as notícias a respeito do trabalho da polícia também são selecionadas com ingredientes noticiáveis visando conquistar a atenção das audiências. E conclui asseverando que a falha da estrutura de comando na supervisão da atividade policial de rua, òé revertida em poder de negociação de aparências com a mídia, já que são eles normalmente identificados como porta-vozes das operações policiais. Os comandantes podem ser glorificados ou escolhidos como bodes expiatórios. (da Silva, J., 2012, pp.15-16).

Analisando as palavras da investigadora, e tendo presente a sua referência à polícia brasileira, parece-nos claro, atendendo ao devido enquadramento do exposto para o caso português, que a atividade policial é complexa, devido, precisamente ao facto da realidade ser dinâmica e de surgirem constantemente situações novas com intervenientes novos e que motivam cuidados diferentes. Cabe ao elemento policial que é chamado às ocorrências fazer um julgamento do que vê à sua frente e a partir daí tomar uma decisão que pode ser, por exemplo, a de privar a liberdade a alguém. Para além desta realidade, os elementos policiais não são máquinas que possamos programar para uma atuação ideal, mas sim muni-los de ferramentas que lhes permitam resolver as ocorrências com que se deparam. Assim como qualquer elemento da sociedade, um elemento policial tem uma personalidade e um conjunto de motivações singulares e que direta ou indiretamente poderão pesar em certos comportamentos ou procedimentos na sua atividade diária.

Numa perspetiva institucional, e recorrendo a uma linguagem transversal, pode-se afirmar que existem estruturas hierárquicas que permitem ao Diretor Nacional delegar competências de chefia ao nível hierárquico que entender adequado ao cumprimento da missão e daí poderão resultar subdelegações de responsabilidade. Em todo o caso, e

mesmo com as delegações e subdelegações de poder e responsabilidade, as chefias não conseguem supervisionar de forma isolada cada um dos elementos policiais. No decorrer da atividade policial naturalmente vão surgindo erros e más atuações, sejam elas propositadas ou não, isso cabe a quem de direito apurar à *posteriori*. Certo será que serão imediatamente alvo de escrutínio por parte dos *media*, seja pelo seu conhecimento direto das situações, seja por interposta pessoa, nomeadamente através dos emergentes cidadãos-jornalistas (Greer, C. & McLaughlin, E., 2010).

A propósito dos cidadãos jornalistas, os autores destacam o seu contributo ão dar forma a representações de acontecimentos globais importantes através de õimagens com potencial noticiável e ãna definição das próprias notícias. Isto significa que o ãbrincar aos repórteres pode, por vezes, trazer expectáveis benefícios para o jornalismo, exemplo disso é o famoso caso de uma cimeira do G-20 que decorreu em Londres no ano de 2009. Greer e McLaughlin ilustram detalhadamente este caso, onde é dado a conhecer que no decorrer da cimeira houve o falecimento de um homem, Ian Tomlinson, e desde o primeiro momento houve um grande frenesim à volta do sucedido com manifestações de várias posições divergentes sobre o resultado da sua morte. As primeiras versões apontavam que Ian Tomlinson não era manifestante e até que nem tinha tido contacto com a polícia. Foram surgindo paulatinamente versões (algumas com contributos de cidadãos-jornalistas) de que tinham visto a Polícia a interagir com a referida vítima e esta informação foi ganhando sustentabilidade. Mais tarde veio-se a provar a interação entre Ian Tomlinson e a polícia. Mas o que importa ressaltar aqui é como tão rapidamente se transformou a ãviolência dos manifestantes para ãviolência policial como foco de interesse para a agenda mediática.

Como pudemos verificar com este exemplo, ão cidadão-jornalista tem poder para ãdesafiar ou confirmar a versão institucional dos acontecimentos. (Greer, C. & McLaughlin, E., 2010, p. 129). É nítido que o ãcidadão-jornalista dá amplitude ao escrutínio público das ações individuais e coletivas da polícia, e com efeito, contribui para a construção e/ou transformação das perceções públicas acerca da polícia.

A propósito dos cidadãos-jornalistas, recuperamos a questão dos novos *media*, visto que como afirma Jacqueline (2012, p. 24):

ãa especificidade das novas mídias está em que o cidadão comum não é mais apenas receptor das notícias, ele pode produzir discursos para questionar ou

legitimar as acções policiais, utilizando a sua linguagem, suas imagens ou fazendo uso de outras, resignificando-as, questionando-as, reafirmando-as.

Num curto período, a esfera pública sofreu alterações significativas e ficou irreconhecível. O ímpeto principal para esta transformação veio das tecnologias digitais que permitiram um acesso sem precedentes à informação e estimularam um crescimento exponencial de fontes de informação (Gies, 2010 *Cit in* MACHADO & SANTOS: 87).

Este crescente volume de informação que assume hoje proporções inimagináveis e dificilmente mensuráveis, alimentado não só pelos *media* tradicionais, mas contemporaneamente também com o contributo dos cidadãos-jornalistas, numa perspectiva de imagem das instituições e mesmo de personalidades envoltas de algum mediatismo, tem tanto de perigoso como de positivo. Recordando o que foi dito em 1.º, o conteúdo explorado por estes *self-made* jornalistas pode potenciar a noticiabilidade de acontecimentos que de outra forma os *media* tradicionais poderiam não ter conhecimento.

Num contexto de rápidas mudanças nas estruturas de informação-comunicação, em paralelo com um declínio da deferência à autoridade e a crescente concorrência no mercado mediático, o cidadão-jornalista assume-se, assim, como um poderoso recurso no desafio e contestação das estruturas inferenciais estabelecidas. (Machado & Santos, 2010, p.10).

Na perspectiva de instituições como a PSP estes novos desafios devem reforçar o sentido de dever quanto à defesa da sua imagem institucional.

Recordamos que a atividade policial é complexa e marcada pela volatilidade de acontecimentos e intervenientes, o que exige uma avaliação muito célere e certa em boa parte do serviço policial por parte do seu efetivo. Apesar de todo o treino a margem de erro é curta e o perigo de uma atuação menos bem sucedida ou mesmo mal sucedida, é uma constante.

Vejamos que somos contemporâneos de uma era em que a qualquer instante alguém pega no telemóvel e filma um vídeo, publicando-o na Internet para todo o mundo ver num hiato temporal que não excede uns meros segundos ou minutos. Reveste-se de grande importância para instituições como a PSP ter mecanismos eficientes e eficazes para não descredibilizar a sua imagem por atuações que constituem uma exceção à realidade, para além de que estas reportagens caseiras em certos casos são desprovidas de contexto. Neste

quadro torna-se evidente que a densidade de publicações, singulares, com um cunho muito pessoal podem condicionar a orientação dos *media* tradicionais no seu processo de *newsmaking* policial.

A Internet, pese todas as suas potencialidades, tem um efeito nefasto na qualidade da informação. O facto de qualquer pessoa poder escrever sobre qualquer assunto, e poder ser visto por todos, de forma gratuita, pode levar a que para sobreviver no mercado jornalístico, alguns *media* se comecem a dedicar ou reforcem os seus padrões sensacionalistas. Apesar desse efeito nocivo, recuperamos uma das facetas positivas. Quando se trata, por exemplo, do tema violência, a sua denúncia por parte dos *media* reveste-se do carácter de serviço público. É que a exibição da violência é muitas vezes essencial para a denúncia da mesma, para a protecção dos interesses públicos, e para a defesa das liberdades civis (Robert Pinker, 1995, p.112).

Deste modo acompanhamos Walter Poyares na importância que representam as Relações Públicas (RP) no seio das instituições modernas. As RP assumem um papel importante na construção da imagem para o outro, o elemento externo à organização, bem como, de certa forma, acaba por influenciar a imagem que os próprios membros da organização consolidam na sua mente. O investigador define RP como sendo um método de incorporar às correntes de opinião pública juízos relativos a uma pessoa, organismo ou instituição (Poyares, W. 1974, p.149).

Recorda-se que a PSP é a face visível do Estado no que concerne a matéria de segurança. Partindo desta premissa, e retomando o que já vem sendo referido acerca da dimensão que os conteúdos programáticos dos *media* despoletam, na construção da imagem das instituições, por vezes, assume especial importância a clarificação de certas atuações que geram controvérsia e que uma palavra da instituição, contextualizando a situação, potencia uma melhor compreensão da atuação, evitando-se desta forma alguma contestação social perante algumas atuações policiais. Repare-se que o povo não tem apenas o direito de ser informado mas, mais do que isso é aqui entra a operação do Serviço de Relações Públicas -, tem o direito de compreender para poder estimar (Poyares, W. 1974, p.151).

Findhal e Höijer avançam que a lacuna mais séria no processo noticioso prende-se com o facto de metade dos temas estudados carecer da informação em *background* ou fornecer apenas referências incompletas aos factos e motivos subjacentes. As causas dos acontecimentos são, muitas vezes, mencionadas apressadamente, de passagem, em frases

subordinadas, sem o relevo necessário (Findhal & Höijer, 1981, p.116). É precisamente essa margem de risco que pode contribuir para a interpretação de uma realidade que não é coerente com as verdadeiras circunstâncias de um acontecimento ou conjunto de acontecimentos quando refletidos na agenda dos *media*.

A relação polícia ó *media* é hoje uma constante na agenda mediática. A atividade policial vai muito para além do crime e do recurso à força estritamente necessária para dirimir conflitos (que numa perceção mais simplista e se quisermos, mediática, traduz-se na perceção de violência). Na verdade a agenda mediática não compreende diariamente nos seus espaços informativos o ecletismo funcional policial. Reservando-nos ao caso concreto da PSP, e numa visão holística institucional, é preciso não olvidar a panóplia de serviços e diferentes valências que a instituição abraça na persecução da sua missão. Com efeito, e a título exemplificativo, a PSP trabalha com a vertente de trânsito, tem competências de licenciamento de armas, faz policiamentos de grandes eventos, tem equipas especializadas no apoio a idosos ou crianças. A rotina diária da PSP não se esgota no combate ao crime e embora o *newsmaking* policial revele a espaços outras vertentes do mundo policial, acaba por incidir sobretudo na vertente criminal.

Uma instituição como a PSP terá a necessidade de em certos momentos ter uma postura reativa na defesa da sua imagem. Isto acontece porque sendo uma atividade que lida com o crime diariamente e onde a linha que separa uma atuação dentro dos parâmetros legais (vista como o normal, o que se exige dos profissionais das forças e serviços de segurança) e um má atuação, é muito ténue. No entanto õmais do que criar uma boa imagem, é essencial que a comunicação da polícia com a comunicação social, com a opinião pública, transmita momentos, actuações, realidades que mostrem a eficácia da polícia (da Mota, F., 2004, p.79).

Capítulo 3 ó Método

1- Abordagem qualitativa

A presente investigação é apresentada com uma abordagem qualitativa em função do carácter iminente descritivo da mesma, promovendo-se para o efeito, uma análise de conteúdo de notícias. A informação daí resultante deverá ser analisada minuciosamente na busca de traços particulares, identificáveis isoladamente ou pela articulação discursiva presente (Quivy & Campenhoudt, 2008).

A análise do conteúdo noticioso serve para enquadrar as notícias dentro de categorias e respetivas subcategorias, e com esses dados construir uma grelha de análise, contendo os seguintes dados : dia; título da notícia; palavra-filtro usada para a pesquisa; palavras-filtro também presentes no texto (construtos); categoria; sub categoria e nº palavras. Estes dados surgem para organização da amostra noticiosa, não vinculando uma análise sumária de todos eles, mas tão-só daqueles que permitam com maior rigor dar contributos para a construção do modelo de tipologia noticiosa sobre a atividade policial.

2- Corpus

Não encontrando uma definição concetualmente abrangente, mas sobretudo pequenos contributos de vários autores, de como se pode entender o *corpus*, defende-se que se trata de uma coleção de material informativo que constitui o objeto de análise da pesquisa (Sinclair, J., 1991, Bardin, 2009). Nesse sentido entenda-se como *corpus* da presente dissertação as 1423 notícias referentes ao mundo da PSP, ou seja, não só a sua atividade *stricto sensu* mas todas as ações, intenções ou ideias em que a PSP surja no contexto da notícia, devidamente enquadrada nas categorias e subcategorias definidas. A amostra encontra expressão nos acervos electrónicos do Correio da Manhã (CM), Jornal de Notícias (JN) e Jornal Expresso (EXP), considerando um mapa cronológico de 6 meses (de 1 de julho 2015 a 31 de dezembro 2015 inclusive).

3- Instrumento: Análise de conteúdo

A análise de conteúdo é uma técnica de análise de dados que poderá servir como instrumento de investigação aos mais variados intentos de trabalhos académicos. Segundo Bardin (2009), numa perspectiva metodológica, a análise de conteúdo consiste num

conjunto de técnicas de análise das comunicações que obedece a procedimentos objetivos e sistemáticos de descrição do conteúdo das mensagens. A sua versatilidade compreende o estudo sobre informações tão distintas como obras literárias, artigos de jornais, documentos oficiais, entre tantas outras (Quivy & Campenhoudt, 2008).

Serviu como critério de seleção dos três OCS (CM, JN e EXP) uma amostra noticiosa preponderante em número de leitores. De acordo com dados da Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e circulação (APCT), o CM foi, em 2015, o jornal diário generalista mais vendido em Portugal, com uma quota de mercado avaliada em 59,1%. De seguida surgem o EXP e o JN respetivamente. A amostra noticiosa pretende-se firmada em critérios de rigor: òA amostragem diz-se rigorosa se a amostra for uma parte representativa do universo inicialö (Bardin, 2009, p.123). Nesse sentido foram consideradas como instrumento de análise as que sugerissem, direta ou indiretamente, a presença da PSP. òA escolha dos termos utilizados pelo locutor, a sua frequência e o seu modo de disposição, a construção do òdiscursoö e o seu desenvolvimento são fontes de informações a partir das quais o investigador tenta construir um conhecimentoö (Quivy & Campenhoudt, 2008, p. 226).

Numa perspetiva de isenção científica no tratamento dos dados, com recurso ao programa informático Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), introduziram-se os dados resultantes de um processo de recolha e agregação de informação respeitantes à matéria noticiosa. Desse exercício resultou a extração de relações que se entendem significativas e pertinentes para o estudo. òDe facto, apenas a utilização de métodos construídos e estáveis permite ao investigador elaborar uma interpretação que não tome como referência os seus próprios valores e representaçõesö (Quivy & Campenhoudt, 2008, p. 226).

O grande objetivo da dissertação vincula-se ao título da mesma: òProposta de um modelo de tipologia noticiosa sobre a atividade policialö. O objetivo consiste em poder de alguma forma contribuir para a preparação dos Oficiais da PSP na relação com os *media*. Entendeu-se fundamental dar um contributo acerca da produção noticiosa dos *media* sobre a PSP.

4- Procedimento

O nosso trabalho privilegia a construção de um modelo de tipologia noticiosa de referência, o qual assenta num método qualitativo, correspondente à análise documental de

matéria noticiada, com base nos acervos eletrónicos de três jornais: Correio da Manhã, Jornal de Notícias e Jornal Expresso. É importante salientar, contudo, que esta não foi a primeira opção metodológica para a obtenção de notícias. Era nosso propósito constituir uma grelha de notícias, para posterior análise, com base no acervo da agência LUSA, algo que não se verificou em virtude da agência noticiosa disponibilizar a matéria noticiosa apenas mediante pagamento (com base em valores proibitivos)⁶. Esta dificuldade tentou ser ultrapassada, visto que se considera o acervo da LUSA como, possivelmente, o mais completo em virtude de ser a maior agência de notícias em Portugal, aliás como os mesmos fazem referência na sua página informática oficial. Após várias diligências, a dificuldade não foi ultrapassada e teve que se optar pela solução acima apresentada (acervos eletrónicos de CM, JN e EXP). De referir que este processo atrasou e obrigou à redefinição de um objetivo com efeito decisivo, nomeadamente do período definido para análise, inicialmente previsto para um ano e que se entendeu por bem reduzir para seis meses, visto que o objetivo inicial se tornava inviável com o rigor que a investigação merece.

Na prossecução da tarefa proposta recorreu-se, para o efeito, a um conjunto de palavras-filtro (construtos) da matéria noticiosa que permitissem a análise de notícias relacionadas com a atividade da PSP. Foram construídas três categorias (reativa, preventiva e neutro) a partir do conteúdo das notícias, visando enquadrar diferentes perfis de atuação policial que dissessem respeito à PSP em várias vertentes, melhor escrutinadas com a definição das subcategorias. Para uma definição mais criteriosa de cada perfil de atuação presente em cada notícia, definiram-se subcategorias dentro de cada categoria: categoria reativa (rodoviária, criminal, grandes eventos, manifestações e desaparecimentos); categoria preventiva (proximidade, rodoviária, criminal, grandes eventos e manifestações); categoria neutro (político-económico, sinistro/cooperação, averiguação interna e menores), como se poderá perceber melhor com o auxílio do quadro seguinte:

⁶ Por cada take a que se acedia, independentemente de se saber se esse mesmo take viria a constituir acervo para análise, o acesso era onerado em 1p + IVA (taxa 23%). Daqui resultaria, mesmo que tivéssemos apenas consultados os takes que nos interessariam, um valor total de 1750,29p.

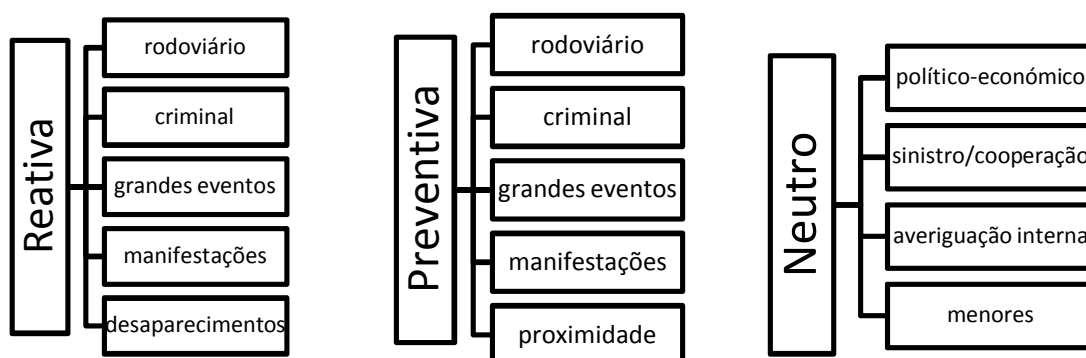


Figura 1: Quadro de categorias e respetivas subcategorias

A categoria reativa engloba as atuações da PSP em que esta força de segurança é chamada a intervir reativamente. Foram consideradas as diferentes subcategorias:

- ✓ *Rodoviária* (as chamadas a ocorrências relacionadas com o trânsito; exceto situações que configuram crime, nesse caso são enquadradas na subcategoria criminal da categoria reativa. Por exemplo: um despiste de uma só pessoa que resulte no óbito⁷;
- ✓ *Criminal* (decisões judiciais no âmbito de processos criminais; investigações, detenções, perseguições e buscas, no âmbito criminal);
- ✓ *Grandes eventos* (qualquer evento que, pela sua natureza, afete o recurso de várias valências da PSP e sobre o qual será essencial cumprir um tratamento de informação muito abrangente e o emprego de vários recursos humanos e logísticos. Enquadra-se na vertente reativa quando, num cenário de grande evento seja necessária uma reação policial mais musculada, não prevista; inclui as detenções no âmbito destes eventos);
- ✓ *Manifestações* (quando no decorrer de uma manifestação, a PSP se vê obrigada a usar a força para reposição da Ordem Pública (OP));
- ✓ *Desaparecimentos* (quando a PSP é acionada para encetar diligências no âmbito do desaparecimento de pessoas).

⁷ A situação em que ocorre a morte de um dos intervenientes em acidente e a fuga do(s) outro(s) intervenientes constitui crime. Neste caso, classificar-se-ia como *criminal*.

A categoria **preventiva** diz respeito às atuações ou iniciativas que a PSP promove por forma a precaver a ocorrência de condutas ilícitas. Dentro das diferentes subcategorias enquadram-se as notícias:

- ✓ *De proximidade* (ações que pela sua natureza revelem uma postura de proximidade da PSP junto da sociedade, nomeadamente através de campanhas de solidariedade e interação proativa com a comunidade, no sentido de sensibilizar para comportamentos de risco);
- ✓ *Rodoviária* (ações preventivas relativas ao trânsito. Por exemplo: onde vão estar radares, noticiar previamente uma Operação, ou estatísticas de outros anos como alerta para fatores de risco; incluir a estatística de acidentes mortais numa perspetiva de fator dissuasor para os condutores que não reúnam as condições para o exercício da condução);
- ✓ *Criminal* (reforço no combate a crimes, nomeadamente através de reforço de policial em locais estratégicos, bem como a divulgação prévia de ações de fiscalização em certas áreas criminais);
- ✓ *Grandes eventos* (qualquer evento que, pela sua natureza, afete o recurso de várias valências da PSP e sobre o qual será essencial cumprir um tratamento de informação muito abrangente e o emprego de vários recursos humanos e logísticos. Enquadra-se na vertente preventiva quando, seja previsível o acontecimento de um cenário dessa grandeza e se aloquem os meios necessários para ocorrer sem incidentes);
- ✓ *Manifestações* (quando a PSP se encontra no local onde decorrem manifestações e consegue conter os ânimos sem recurso à força ou com recurso à força estritamente necessária, sem que se verifique a necessidade de reposição da OP de forma musculada).

Dentro da categoria **neutro**, são consideradas as notícias onde a PSP marca presença na agenda mediática numa perspetiva mais institucional e mais afastada da sua atividade operacional, imperando sobretudo razões de caráter mais político e de cooperação. Dentro das diferentes subcategorias enquadram-se as notícias:

- ✓ *Político-económicas* (questões relacionadas com o custo económico-financeiro da PSP; notícias onde se fala de polícia por questões políticas, nomeadamente despesas, critérios de aquisição de meios; ou mesmo a estatística criminal);

- ✓ *Sinistros/cooperação* (qualquer tipo de acidente não rodoviário, sem haver indícios de crime, para os quais a PSP é acionada; cooperação com outras entidades em penhoras ou atividades camarárias);
- ✓ *Averiguação interna* (situações que pela sua gravidade, configurando ou não crime, merecem processo de averiguação interna. Pode caber sanção interna sem que haja sanção penal; acidentes em serviço, doenças, mortes em serviço (incluir suicídios);
- ✓ *Menores* (situações com menores em que ainda não houve ação da PSP por consequência da sua conduta; inclui também situações em que menores fogem de casa e menores abandonados ou em perigo).

Chama-se a atenção para a inclusão da subcategoria *menores* dentro desta categoria, por os menores terem, à luz do ordenamento jurídico português, uma proteção especial que o legislador entendeu necessária. Nesse âmbito considerou-se que notícias reportando-se a menores, em que a PSP marque presença, seja por desvios destes ou para com estes deveriam merecer uma subcategoria mais neutra.

No processo de filtragem noticiosa recorreu-se aos seguintes construtos: polícia, policiamento, policiamento de proximidade, PSP, violência, violência doméstica, intervenção policial, prevenção, crime, insegurança e segurança.

Como mencionado, a investigação decorreu com base nos acervos eletrónicos dos jornais Correio da Manhã, Jornal de Notícias e Jornal Expresso, considerando um hiato temporal de 6 meses, entre 1 Julho e 31 de Dezembro inclusive. Foram introduzidas as palavras-filtro no campo de pesquisa presente em cada uma das páginas oficiais *online* dos jornais e daí resultou o número de notícias associada a cada uma das 11 palavras-filtro usadas. Foram consideradas como instrumento de análise somente as notícias que fizessem referência, direta ou indiretamente, à PSP.

Depois de obter o número de notícias resultantes da pesquisa por palavra-filtro, estas foram abertas, seleccionando-se o seu conteúdo (em Word) para posterior análise. Para obter resultados numa fase posterior da investigação os dados foram guardados numa grelha de notícias em Excel®. Esse registo contemplou os seguintes campos: origem da notícia (de qual OCS havia sido extraída); dia da notícia; palavra-filtro usada para obter a notícia.

Numa fase posterior foi analisado o conteúdo das notícias e daí resultou a extracção dos restantes dados: outras palavras que fizessem referência à PSP, para além da palavra-filtro

usada; definiu-se a categoria e subcategoria atendendo ao conteúdo de cada notícia (e não do título); contabilizou-se o número de palavras.

Findo o processo de recolha e agregação de informação suportada em critérios, os dados foram introduzidos no programa informático SPSS® e daí extraíram-se relações significativas que estão traduzidas no Capítulo 4 (p.50). Para uma compreensão mais intuitiva de todo o processo, recomenda-se a análise da figura esquemática seguinte:

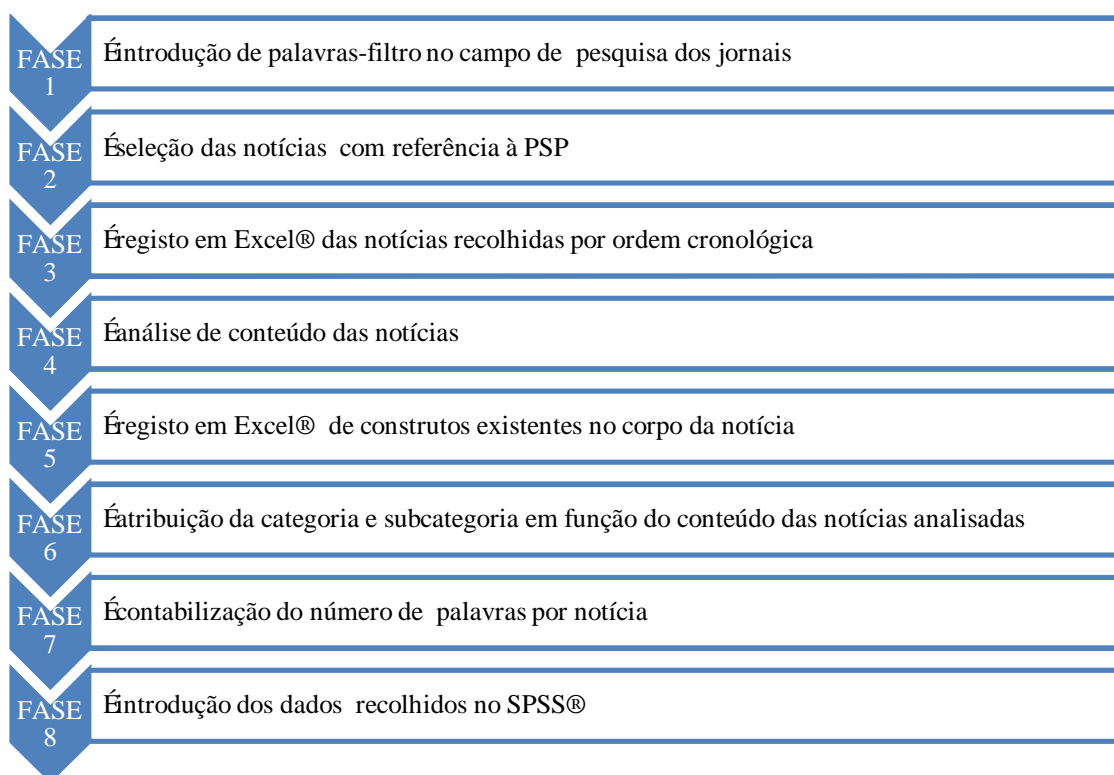


Figura 2: Fases da recolha e tratamento de dados das notícias

Para que haja uma visão mais ilustrativa do processo de identificação das palavras-filtro, deve-se observar o Anexo 1. No mesmo Anexo 1 são dados exemplos de classificação das notícias em categorias, um por categoria (neutro, reativa, preventiva).

Em seguida são dados a observar de forma esquemática os passos dados para obtenção dos resultados da pesquisa noticiosa para cada um dos jornais.

CM	Palavra-filtro (construto)	Resultados (total)	Resultados relacionados com a PSP
	<i>Polícia</i>	3550	626
	<i>PSP</i>	1147	1146
	<i>policimento de proximidade</i>	0	0
	<i>Policimento</i>	24	13
	<i>Violência</i>	863	88
	<i>Segurança</i>	2532	190
	<i>Insegurança</i>	64	4
	<i>Crime</i>	2842	361
	<i>intervenção policial</i>	5	4
	<i>prevenção policial</i>	0	0
JN	Palavra-filtro (construto)	Resultados (total)	Resultados relacionados com a PSP
	<i>Polícia</i>	1740	196
	<i>PSP</i>	419	402
	<i>policimento de proximidade</i>	1	1
	<i>policimento</i>	11	4
	<i>Violência</i>	358	26
	<i>segurança</i>	1444	115
	<i>insegurança</i>	34	5
	<i>Crime</i>	894	99
	<i>intervenção policial</i>	16	1
	<i>prevenção policial</i>	0	0
EXP	Palavra-filtro (construto)	Resultados (total)	Resultados relacionados com a PSP
	<i>Polícia</i>	199	19
	<i>PSP</i>	44	44
	<i>policimento de proximidade</i>	1	1
	<i>policimento</i>	0	0
	<i>Violência</i>	54	8
	<i>segurança</i>	171	31
	<i>insegurança</i>	3	0
	<i>Crime</i>	74	19
	<i>intervenção policial</i>	1	0
	<i>prevenção policial</i>	0	0

Tabela 1: Resultados da pesquisa noticiosa por OCS

É importante referir que numa fase posterior segregou-se a palavra violência de violência doméstica e também que, surgiu a palavra prevenção em algumas notícias referindo-se à PSP ou à sua atividade, pelo que nesses casos foi considerada para a análise. Note-se que os resultados obtidos revelam apenas o número de notícias relacionadas com a PSP, pelo que o seu somatório não oferece a visão de quantas vezes cada uma das palavras apareceu no corpo da notícia.

Na fase da análise descritiva das notícias foram ainda encontrados 164 vídeos. O seu visionamento tornou-se impraticável, quer por motivos técnicos, mas sobretudo por escassez de tempo. Daí que se tivesse optado pela sua não inclusão. Nesse sentido, as 1423 notícias constituíram o campo de análise. Com efeito, e atendendo ao conceito de Modelo de análise que abraçamos: constitui a charneira entre a problemática fixada pelo investigador, por um lado, e o seu trabalho de elucidação sobre um campo de análise forçosamente restrito e preciso, por outro (Quivy & Campenhoudt, 2008, p.109), construímos o nosso.

DIMENSÕES	COMPONENTES/CONCEITOS	INDICADORES
<i>OCS</i>	<u>Jornais:</u> - CM - EXP - JN	Frequências simples das notícias com conteúdo referente à PSP, por OCS Número de notícias segundo a data da sua publicação.
<i>Construtos</i>	<u>Palavras-filtro:</u> - polícia - policiamento - policiamento de proximidade - PSP - crime - segurança - insegurança - violência - violência doméstica - intervenção policial - prevenção	Frequências simples
<i>Notícias</i>	<u>Categorias:</u> - reativa - preventiva - neutro <u>Subcategorias:</u> - rodoviário - criminal - grandes eventos - manifestações - desaparecimentos - proximidade - político-económica - sinistro/cooperação	Frequências simples das notícias, por categorias e subcategorias Dimensão de notícias por OCS

	<ul style="list-style-type: none"> - averiguação interna - menores <p><u>Dimensão da notícia</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - brevíssimas - curtas - médias - alargadas 	
--	---	--

Tabela 2:Modelo de análise

Antes de se avançar na apresentação e discussão de resultados, compete esclarecer o que signifam as dimensões da notícia anteriormente apresentadas no modelo de análise. As notícias definidas como õbrevíssimasõ contemplam menos de 123 palavras (inclusive) no seu corpo de notícia. Entre as 124 palavras e as 175 inclusive situam-se as õcurtasõ. Das 176 palavras às 237 inclusive, as notícias são definidas como sendo õmédiasõ. Por último, as notícias que apresentem 238 palavras ou mais foram consideradas õalargadasõ. Estes critérios de partição observaram a distribuição por quartis.

O processamento dos dados obtidos com o procedimento anteriormente descrito gerou um total de 8 variáveis primárias (ver livro de códigos, Anexo 2).

Capítulo 4 ó Apresentação e discussão de resultados

Com o tratamento dos dados em SPSS®, e como primeiro nível de análise, foram produzidas estatísticas descritivas univariadas e bivariadas (ver Anexo 3).

A primeira observação prende-se com a distribuição do total de notícias estudadas, por OCS (ver Gráfico 1). Existe alguma correspondência entre as percentagens dos jornais diários que constam do nosso universo de notícias e a relação que existe no tocante às circulações médias diárias destes jornais.

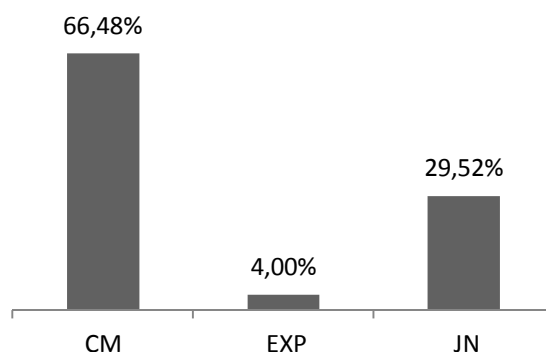


Gráfico 1: Distribuição de notícias por OCS.

Fonte: Sítios eletrónicos dos OCS (elaboração própria).

Com efeito, e de acordo com os dados obtidos no sítio oficial da APCT, o Correio da Manhã teve uma circulação média diária de 110020 exemplares (em 2015). Por seu lado o Jornal de Notícias (jornal diário) teve uma circulação média diária de 58530 exemplares (em 2015). Já o jornal Expresso (jornal semanal) contou com uma circulação média semanal de 95932 exemplares (em 2015). A determinação da relação entre um jornal semanário e um jornal diário resulta mais difícil. Em todo o caso, o número de notícias é manifestamente inferior no caso do Expresso.

No que respeita à distribuição, pelos dias do mês, das notícias recolhidas e analisadas nesta dissertação (n= 1423), o Gráfico 2 permite perceber que a variação é elevada. A identificação dos dias exatos resulta difícil pelo elevado número de dias que estão integrados no período em análise. Parece existir uma tendência para um ligeiro declínio no número de notícias à medida que nos aproximamos do final do mês, mas existem exceções ó como é o caso de outubro. Não foi possível encontrar uma explicação cabal para estas variações, mas admite-se que estejam ligadas ao fluxo de informação disponibilizado e às

variações da própria procura. Naturalmente, percebe-se que o mês de agosto apresente circulações mais reduzidas que os restantes.

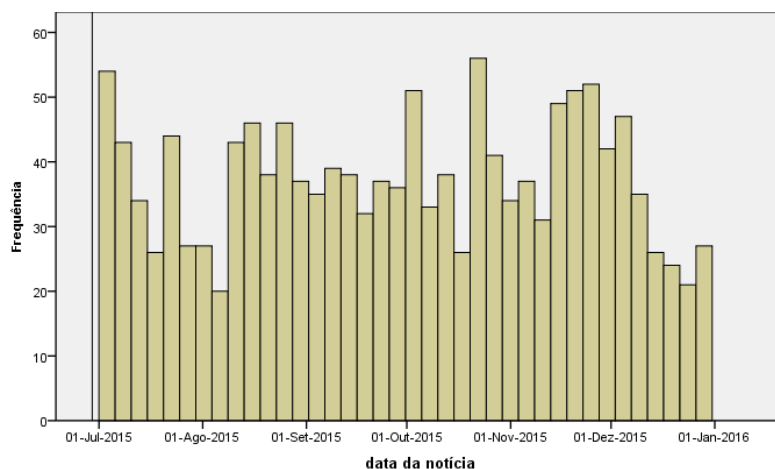


Gráfico 2: Número de notícias segundo a data da sua publicação.

Fonte: Sítios eletrónicos dos OCS (elaboração própria).

De longe, as palavras-filtro que mais notícias acionaram foram «polícia» e «PSP», respetivamente com 51,7% e 48,1% nomeações. Estas palavras permitiram a emergência de outras palavras no corpo do texto, previamente reconhecidas igualmente como construtos e foram agregadoras de conteúdos relacionados com a PSP. O Gráfico 3 apresenta os resultados obtidos para as frequências das palavras emergidas no corpo das notícias.

Uma primeira leitura destes resultados põe em evidência um efeito de saturação de alguns construtos (PSP, Polícia, crime, segurança), em detrimento de outros (por exemplo, prevenção, policiamento). Ora, sabemos que o signo linguístico une um conceito e uma imagem acústica, e nessa aceção o significante das palavras é empobrecido por um significado que tem uma rede muito pobre de outros signos linguísticos associados e que respeitam à atividade policial. Isto quer dizer que os construtos «PSP», «polícia», «segurança» e «crime» aparecem nas notícias pouco ligados a outros significantes que remetam para significados mais positivos e menos associados a «crime», «violência» ou outros.

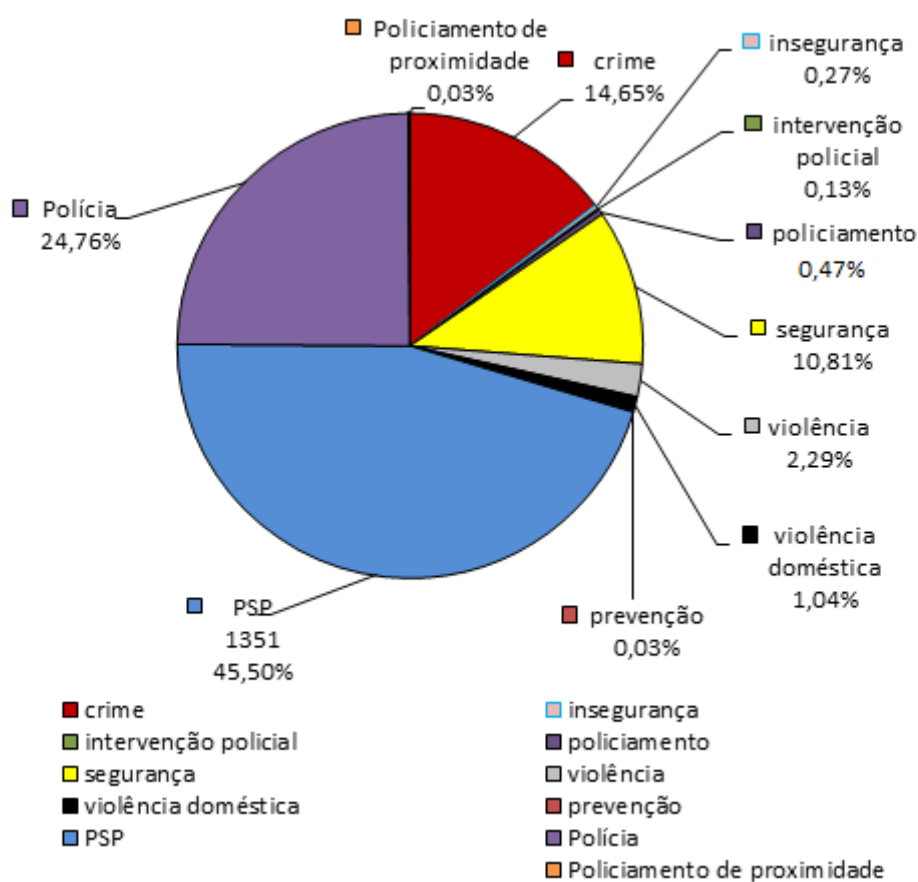


Gráfico 3: Total de referências, por construto.

Fonte: Sítios eletrónicos dos OCS (elaboração própria).

A análise da distribuição de frequências das categorias criadas nesta dissertação para tipificar as notícias revelou uma preponderância (63,4%) das notícias do tipo «reativo» (Gráfico 4). Comparativamente com as notícias do tipo «preventivo» as primeiras são cinco vezes mais.

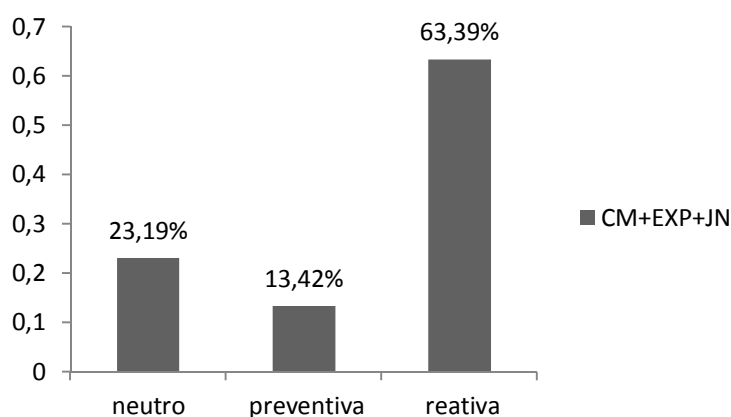


Gráfico 4: Gráfico 4: Distribuição de cada categoria considerando a totalidade de notícias dos OCS.

Fonte: Sítios eletrónicos dos OCS (elaboração própria).

Importaria saber se esta distribuição tão assimétrica se repercutia em cada um dos OCS estudados. Nesse sentido, procedeu-se ao respetivo apuramento, cuja resolução gráfica pode ser observada abaixo (Gráfico 5).

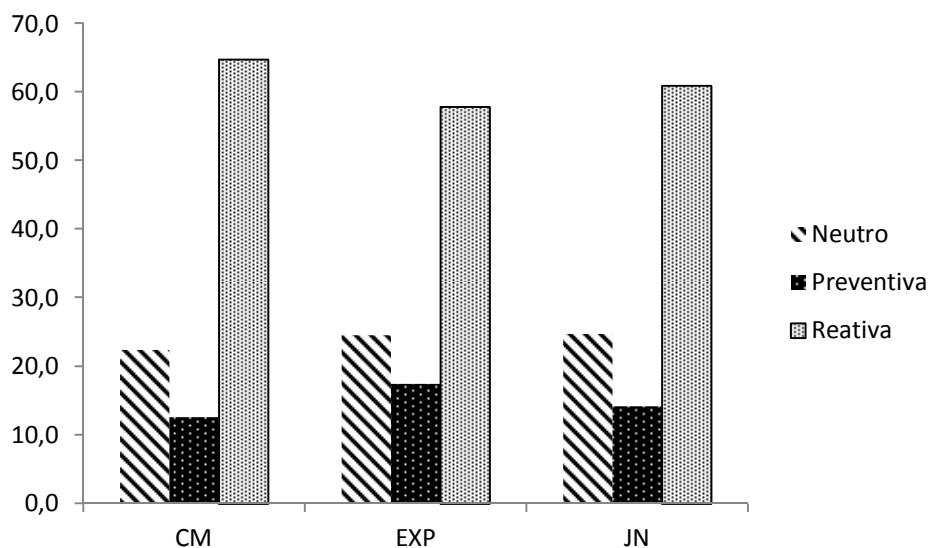


Gráfico 5: Distribuição de cada categoria, por OCS

Fonte: Sítios eletrónicos dos OCS (elaboração própria).

Os resultados são concludentes: a distribuição dos tipos de notícias pelos três OCS é idêntica ($p < n.s.$). Ou seja, aparentemente, os critérios editoriais não serão muito diferentes entre estes OCS. Tal não significa que as notícias sejam iguais em conteúdo. O que se significa é que a substância das mesmas é idêntica, remetendo para significantes muito próximos.

O próximo conjunto de resultados faz referência às subcategorias. Numa primeira instância analisou-se a distribuição de notícias de cada subcategoria na totalidade dos OCS.

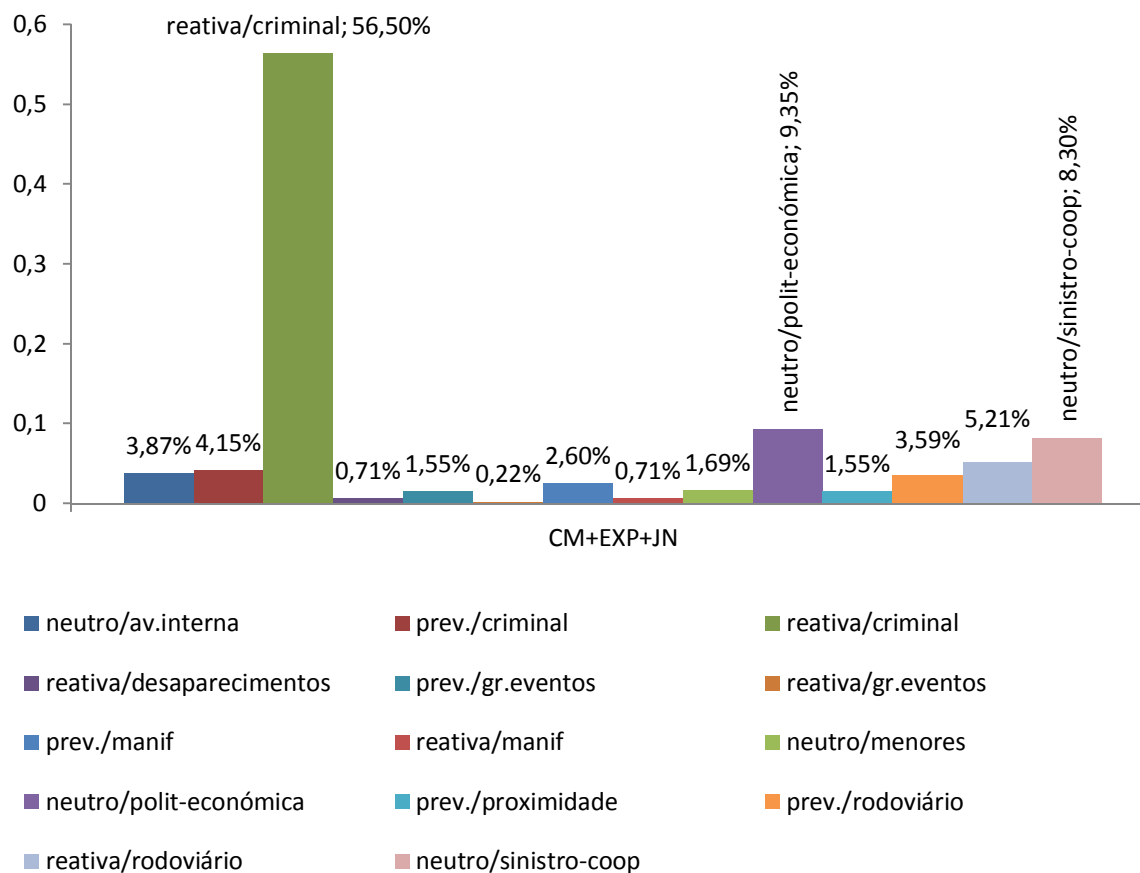


Gráfico 6: Gráfico 6: Distribuição de cada subcategoria considerando a totalidade de notícias dos OCS.

Fonte: Sítios eletrónicos dos OCS (elaboração própria).

O gráfico 6 revela o peso relativo de cada subcategoria (integrada na respetiva categoria), numa amostra de 1423 notícias, total da amostra considerando os três OCS. Destaca-se o indicador *reativa/criminal*, constituindo mais de metade das notícias publicadas no período em referência de 6 meses. Relembra-se que os jornais em análise constituem-se como os de maior circulação para o período em referência. Com isto, pode-se observar que o indicador *reativa/criminal* encontra uma grande expressão no panorama noticioso nacional. De seguida evidenciam-se as notícias com cariz político-económico e sinistro/cooperação, como o grupo de acontecimentos com maior presença na agenda mediática nacional, no que a jornais eletrónicos diz respeito.

Não obstante estes resultados, procurou-se verificar a distribuição destas subcategorias pelos três OCS. Com efeito, obteve-se o seguinte resultado:

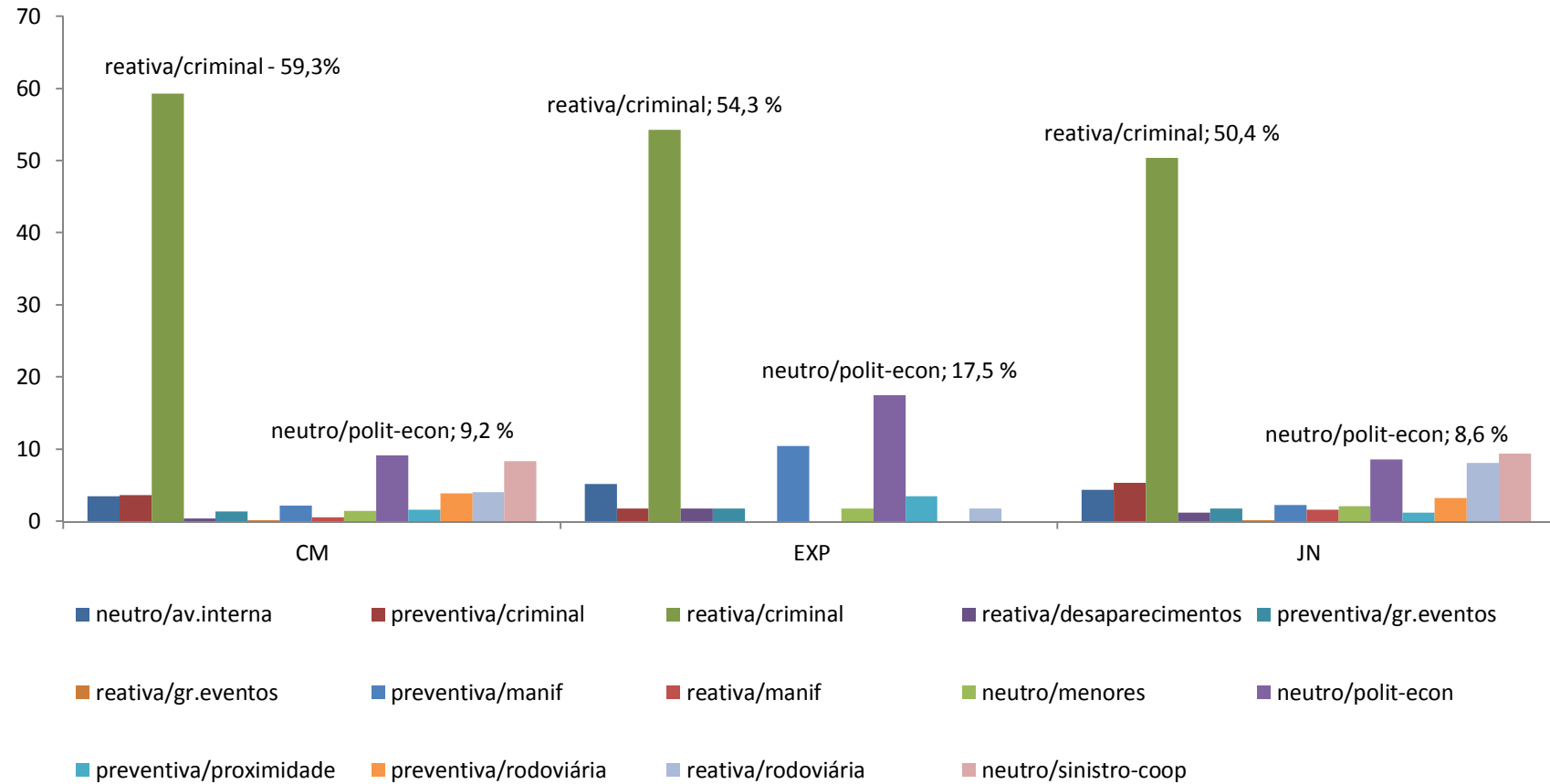


Gráfico 7: Distribuição de cada categoria, por OCS.

Fonte: Sítios eletrónicos dos OCS (elaboração própria)

Constata-se que nos três OCS as notícias de índole criminal representam o grande bolo das notícias relacionadas com a PSP com especial incidência para as que se enquadrem na categoria *reativa*. Aliás, nos três casos, este grupo de notícias constitui mais de metade das notícias publicadas para o hiato temporal em referência de 6 meses. Nota-se também que os três órgãos de *media* noticiam com frequência a subcategoria *político-económica* que tem uma presença significativa, sendo assim também um dos temas de destaque noticioso sobre a PSP.

No gráfico seguinte, são apresentadas as dimensões das notícias presentes na totalidade das notícias analisadas (em volume de palavras).

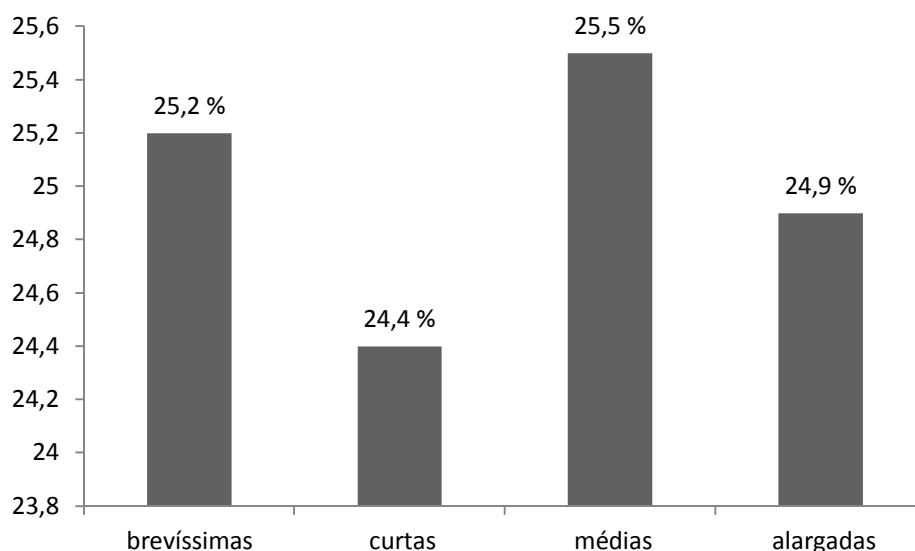


Gráfico 8: Distribuição de cada dimensão da notícia considerando a totalidade de notícias dos OCS.

Fonte: Sítios eletrónicos dos OCS (elaboração própria).

O gráfico revela a existência de uma distribuição equilibrada de notícias para as diferentes dimensões consideradas.

De seguida, verifica-se a preponderância de uma dimensão das notícias em cada OCS:

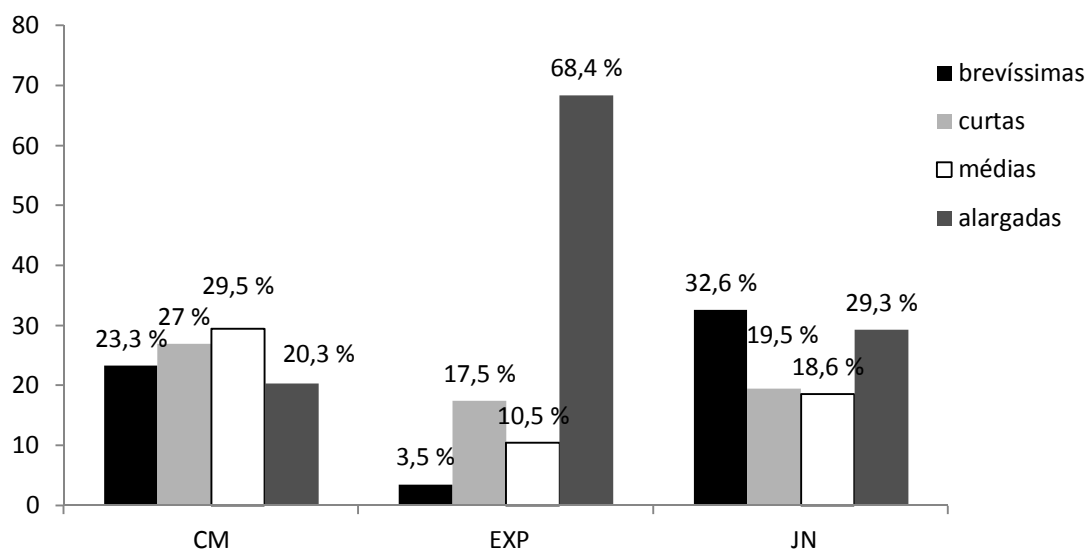


Gráfico 9: Distribuição de cada dimensão das notícias, por OCS.

Fonte: Sítios eletrônicos dos OCS (elaboração própria).

Verifica-se que o CM tem uma distribuição relativamente equilibrada no que concerne à dimensão das notícias. Em todo o caso, destaca-se que dos três OCS, é o que tem maior número de notícias com dimensão média. Por seu lado, o JN revela ser o OCS que publica mais notícias com poucas palavras, isto é, para o caso, brevíssimas. De destacar ainda o EXP que apresenta uma grande maioria de notícias com dimensões alargadas. Atendendo a estes resultados, aponta-se para o EXP como o jornal que na sua produção noticiosa garante as mesmas com mais conteúdo para o leitor explorar.

Capítulo 5 - Conclusões

Quando se fala dos *media* incontornavelmente chega-se à discussão da sua preponderância no panorama da vida das instituições, visto que têm a potencialidade de se constituir como o Quarto Poder (Mawby R., 2002, Gies, L., 2008, Greer, C. & McLaughlin, E., 2010). Com efeito, ãos meios de Comunicação Social, são eles próprios, construtores da realidade; (...) e são talvez hoje uma das instâncias principais do próprio discurso social.õ (Luís Marcos, 1995, p.275), com potencial impacto na vida das instituições.

No processo de produção noticioso (*newsmaking*) os *media* podem até considerar, ou não, o comportamento social relativamente à notícia, mas certo é que estes órgãos informativos, na divulgação da sua agenda, provocam efeitos cognitivos com carácter cumulativo nos seus consumidores. O contributo para uma visão crítica das instituições abarca a exposição da atividade da PSP.

Atendendo aos resultados obtidos com a componente prática da dissertação, pode-se avançar com um contributo para um possível modelo de tipologia noticiosa sobre a atividade policial, mas sem esquecer pequenas particularidades. Como foi possível perceber na componente teórica da dissertação, existem critérios de noticiabilidade transversais aos *media* ou OCS, mas entre eles existem diferentes responsáveis pela linha editorial. Não necessariamente, mas com alguma frequência, podem existir linhas editoriais diferentes. É talvez por essas diferenças que os jornais procuram exprimir a sua identidade. De uma forma mais simplista poderemos dizer que existem certos critérios de noticiabilidade no processo de *newsmaking* que são transversais aos diferentes órgãos de informação, mas é justo indicar que cada um deles, mediante os seus objetivos, canaliza a sua atenção em matérias específicas ou em pontos particulares para certas matérias. Neste espetro encontramos também a PSP. Pela análise feita, existem de facto pontos de convergência entre os três jornais. A atividade criminal é a que preenche hegemonicamente (em mais de 50% por órgão informativo) a agenda mediática quando se fala da PSP. A propósito desta realidade, recupera-se a questão do *infotainment*, que resulta da intencional ãonfusãoõ entre facto real e entretenimento por parte dos *media*, e é nos dias de hoje um ingrediente fundamental na produção noticiosa na tentativa de vencer a batalha pelas audiências (Surette, 1998; Jewkes, 2004; Machado & Santos, 2010; Silva, J., 2012). Quando se fala de polícia, associa-se rapidamente o crime que assume contornos de

infotainment, que pela sua natureza desperta a atenção do público e gera a expectativa de se tratar de uma notícia interessante (Gies, 2010, Melém, V., 2011).

A vertente político-económica é ela também objeto de uma parte significativa do material informativo produzido pelos três OCS em apreço, revelando-se um tema que é acompanhado pelas linhas editoriais dos três jornais com alguma relevância.

A análise noticiosa foi feita com base nos três OCS com maior tiragem em 2015, de acordo com a APCT, pelo que os resultados obtidos são um indicador dos padrões médios de consumo da sociedade. Neste sentido, entende-se que a imagem institucional percebida por uma fatia considerável da sociedade depende do que consomem através dos *media*, e aí reside a pertinência da escolha dos três OCS em apreço. Com efeito, e tendo em conta mais uma vez os resultados da presente dissertação, o que os *media* procuram noticiar mais é a atividade criminal que se constitui como o grande bolo das notícias relacionadas com a PSP, seguida da vertente político-económica e vertente rodoviária.

A PSP promove a sua imagem essencialmente através do GIRP e da sua página oficial na internet, tendo como imagens de marca fortes, o policiamento de grandes eventos, com especial destaque para os policiamentos desportivos e também através da promoção de operações de trânsito. Salienta-se o esforço na promoção da imagem institucional através destes exemplos, mas não se deve descurar a vertente criminal. Seria profícuo avaliar a pertinência da preparação dos Oficiais da PSP no campo da relação com os *media*. Sem conhecimento se será uma posição institucional, a de não se comentar casos criminais, nomeadamente avultados de mediatismo, deixa-se à consideração de quem de direito a sugestão de explorar esta área visto o peso que tem na agenda mediática. Uma comunicação da PSP será apreciada como fidedigna e com expectável benefício para a imagem institucional, tratando-se de um reforço de abertura à sociedade.

O grande desígnio da presente dissertação encontra expressão no título da mesma: *Proposta de um modelo de tipologia noticiosa sobre a atividade policial* e é dessa forma que pretendemos finalizar a produção escrita. De facto há temas ligados à PSP envoltos de opacidade junto dos OCS. Acredita-se que esta realidade é reflexo dos critérios de noticiabilidade dos *media* na sua vertente de *newsmaking* policial. Com efeito, verificou-se na componente teórica que Tempo, Infração e Proximidade (espacial e temporal) do acontecimento, podem constituir-se como critérios de noticiabilidade preponderantes. Não consideramos os critérios transversais, porque como já foi defendido - mas entende-se

reforçar para o leitor fixar esse aspeto fundamental - cada OCS tem a sua identidade e tem critérios próprios mediante a sua estratégia comunicacional. Mas se os *media* não têm critérios de noticiabilidade que permitam dar cobertura a tudo ou a grande parte da atividade da PSP, entende-se que terá de ser a própria instituição a potenciar a sua imagem. Nesse sentido, sugerem-se alguns critérios que a PSP deveria ter para alcançar e divulgar acontecimentos que mostram o seu trabalho. Assim, entendemos que a título exemplificativo, poderiam figurar como critérios:

- 1- *Heroicidade* (notícias que dêem conta de atos de bravura, destemidos, os quais são até já objeto de reconhecimento interno e, frequentemente, pela tutela);
- 2- *Humanismo* (ações que demonstrem a vertente solidária e colaborativa da instituição e dos seus elementos. A participação em missões de paz, a relevância dos relatos de cidadãos a falar da boa conduta e gestos solidários dos elementos policiais; organização/colaboração em eventos como a Corrida ISCPSP/APAV, são bons exemplos deste tipo de conteúdo noticioso);
- 3- *Proximidade* (todos os dias, a PSP empenha efetivo que procura perceber a dinâmica do comércio ou das escolas; vai dirimindo pequenos conflitos nas escolas, contribuindo para o seu regular funcionamento; promove ações de sensibilização a idosos, jovens e comerciantes; apesar de algumas destas iniciativas (uma amostra que se crê residual), serem divulgadas na internet através de páginas como o *Facebook*, geralmente, não encontram expressão na imprensa escrita, meios radiofónicos e televisivos);
- 4- *Atividade desportiva* (a PSP tem nas suas fileiras, pessoas que para além de Polícias, são desportistas com provas dadas internacionalmente pelo que poderia ser vantajoso o acompanhamento das participações e resultados desportivos destes polícias-atletas).

Os critérios apresentados não restringem o universo de acontecimentos da realidade policial, não fosse esta rica em acontecimentos. A fronteira entre alguns critérios é ténue e perspectiva-se a possibilidade de abarcar componentes de outro(s). Em todo o caso, os critérios apresentados carecem de uma exploração mais criteriosa, visto que para a sua maior potenciação seria necessário o contributo de alguns parceiros. Defende-se que a PSP deveria fazer um esforço nesta área e tentar dirimir a opacidade das atividades que reforçam o seu carácter de instituição próxima e de confiabilidade para a sociedade.

Bibliografia

- Altheide, D. (1976). *Creating Reality. How Tv News Distorts Events*. Beverly Hills: SAGE.
- Antunes, C. (2009). *A Polícia de Segurança Pública e os Órgãos Televisivos: Serviço Público e Relação Institucional* (Dissertação de Licenciatura). ISCPSI, Lisboa.
- Bardin, L. (2009). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Bauer, R. (1958). The Communicator and the Audience. *Journal of Conflict Resolution*, vol. 2, n.º 1, pp. 67-77. Recuperado de: doi 10.1177/002200275800200108.
- Bernays, Edward L. (1928). *Propaganda*. New York: Horace Liveright.
- Brandão, N. (2002). *O Espectáculo das Notícias*. Lisboa: Editorial Notícias.
- Chan, A. K. & Chan V. M. (2012). Public Perception of Crime and Attitudes toward Police: Examining the Effects of Media News. *SS Student E-Journal*, pp. 215-237.
- Cohen, B. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton: Princeton University Press.
- Constituição da República Portuguesa (Porto: Porto Editora, 2010).
- Correio da Manhã (2016, janeiro 30). Acedido em www.cmjornal.xl.pt.
- Faustino, P. (Org.). (2007). *Ética e responsabilidade social dos media*. Lisboa. Media XXI/Formal press.
- Galtung, J. & Ruge, M. (1965). The Structure of Foreign News. *Journal of Peace Research*, vol. 1, pp. 64-90. Recuperado de: doi: 10.1177/002234336500200104.
- Gerbner, G. e Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26 (2): 173 -99. Recuperado de: doi: 10.1111/j.1460-2466.1976.tb01397.x.
- Gies, L. (2010). Justice, information and communication in the new media landscape. In H. Machado & F. Santos (Eds.), *Justiça, Ambientes Mediáticos e Ordem Social* (pp. 85-103). V.N. Famalicão: Húmus.
- Gomes, A. (1995). Violência na imprensa ó o novo jornalismo face ao fulgor da imagem. In Alta Autoridade para a Comunicação Social (Org.), *A violência nos meios de comunicação social* (pp. 91-94). Lisboa.

- Gonçalves, S. (1974). A comunicação como processo de interação e integração social. In W. Poyares (Org.), *Comunicação Social e Relações Públicas* (2ª ed.). Rio de Janeiro: Agir.
- Greer, C., & McLaughlin, E. (2010). We predict a riot?: Public order policing, new media environments and the rise of the citizen journalist. *British Journal of Criminology*, 50(6), 1041-1059. Recuperado de doi:10.1093/bjc/azq039.
- Golding, P. & Elliot, P. (1979). *Making the news*. Londres: Longman.
- Gurvitch, G. (1979) *ó A Vocação Actual da Sociologia*, Vol. 1, Lisboa, Cosmos
- Gurevitch, M., & Blumler, J.G. (1990). *Political communication systems and democratic values*. New York: Cambridge University Press.
- Hans, Valerie P. e Dee, Juliet. (1991). Media coverage of law: Its impact on juries and the public. In H. Machado & F. Santos (Eds.), *Justiça, Ambientes Mediáticos e Ordem Social* (pp. 136-149). V.N. Famalicão: Húmus.
- Hohl, K. (2011). *The role of mass media and police communication in trust in the police: new approaches to the analysis of survey and media data* (Doctoral dissertation). London School of Economics and Political Science (LSE).
- Jackson, J., Bradford, B., Stanko, E. & Hohl, K. (2012). *Just Authority? Public Trust and Police Legitimacy*. London: Routledge.
- Jewkes, Y. (2004). *Media & crime*. London: SAGE.
- Jornal Expresso (2016, Março 15). Acedido em expresso.sapo.pt.
- Jornal de Notícias (2016, Fevereiro 26). Acedido em www.jn.pt.
- Lazarsfeld, P. (1940). *Radio and the Printed Page: An Introduction to the Study of Radio and Its Role in the Communication of Ideas*, New York: The Free Press.
- Le Bon, G. (1895). *Psicologia das Multidões*, versão portuguesa (1980), tradução de Ivone Moura Delraux. Paris: PUF.
- Lopes, P. (1995). A Violência nos Meios de Comunicação Social (fase quantitativa). In Alta Autoridade para a Comunicação Social (Org.), *A violência nos meios de comunicação social* (pp. 55-63). Lisboa.

- Machado, H. (2012). *A comunicação social e a polícia: A percepção da imprensa escrita sobre a actuação policial nos grandes eventos de cariz político*. (Tese de mestrado, não publicada). ISCPSI, Lisboa.
- Machado, H. & Santos, F. (2010). *Justiça, ambientes mediáticos e ordem social*. Edições Húmus.
- Marcos, L. (1995). In Alta Autoridade para a Comunicação Social (Org.), *A violência nos meios de comunicação social* (pp. 275-276). Lisboa.
- Mawby, R. (2002). Continuity and change, convergence and divergence: The policy and practice of police -media relations. In H. Machado & F. Santos (Eds.), *Justiça, Ambientes Mediáticos e Ordem Social* (pp. 303-324). V.N. Famalicão: Húmus.
- Melém, V. (2011). JORNALISMO POLICIAL: Uma Análise dos Critérios de Noticiabilidade do Caderno Polícia, do Jornal Diário do Pará. *Revista de Comunicação e Cultura na Amazônia*, pp. 42-50
- McCombs, M & Shaw, D (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36 (2): 176-187. Recuperado de doi:10.1086/267990.
- Mills, C. (1956). *The Power Elite*, New York: Oxford University Press.
- Moreira, D. (1994). *Planeamento e Estratégias da Investigação Social*. Lisboa: ISCSP.
- Mota, F. (2004). *Comunicação social e polícia*. In *Polícia e Justiça*, n.º 4, Julho-Dezembro, Coimbra, Coimbra Editora.
- Ochoa, L. (1995). Comunicação sem título, in Alta Autoridade para a Comunicação Social (Org.). Conferência *A violência nos meios de comunicação social*. Lisboa, (pp. 129-131).
- Pereira, R. (2007). *A Polícia de Segurança Pública e a Comunicação Social - Imagem e Interação*. (Dissertação de Licenciatura). ISCPSI, Lisboa.
- Pereira, H. F. (2012). *Grandes eventos de cariz político: A percepção da Agência Lusa sobre a actuação policial*. (Tese de mestrado, não publicada). ISCPSI, Lisboa.
- Perlmutter, D. (2000). *Policing the Media: Street Cops and Public Perception of Law Enforcement*, London: SAGE.

- Philippe, B. (1994). *A utopia da comunicação* (Tradutor) Ferreira, Serafim Publication: Lisboa : Instituto Piaget.
- Pinker, R. (1995). A violência na Comunicação Social e os órgãos de mediação. In Alta Autoridade para a Comunicação Social (Org.), *A violência nos meios de comunicação social* (pp. 107-112). Lisboa.
- Poyares, W. R. (1974). *Comunicação Social e Relações Públicas* (2ª ed.). Rio de Janeiro: Agir.
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. (2008). *Manual de Investigação em Ciências Sociais* (5ª ed.). (J. M. Marques, M. A. Mendes, & M. Carvalho, Trads.) Lisboa: Gradiva.
- Reiner, R. (1992). *The politics of the police*. New York: Oxford University Press.
- Rodrigues, A. (1988). *A comunicação social*. Lisboa: Veja.
- Ryneveld, Q.C. (2005). A polícia ao serviço do cidadão ó a importância do controlo civil nas sociedades democráticas. In Conferência internacional 2004 (pp. 5-39). Lisboa: Inspeção-Geral da Administração Interna.
- Santo, P. (2010). *Introdução à Metodologia das Ciências Sociais ó Génese, Fundamentos e Problemas*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Santos, José R. (2001). *Comunicação*, Lisboa: Prefácio.
- Sarmiento, M. (2013). *Metodologia científica para a elaboração, escrita e apresentação de teses*. Lisboa: Universidade Lusíada.
- Shils e Janowitz. (1948). Cohesion and Disintegration in the Wehrmacht in World War II. *Public Opinion Quarterly* 12 (2): 280-315. Recuperado de: doi:10.1086/599247.
- Silva, J. (2012). *As Representações Sociais Acerca do Trabalho da Polícia: O Caso do BOPE no YouTube*. (Dissertação de Mestrado). Repositório UM, Braga.
- Sinclair, J. (1991). *Corpus, concordance, collocation*. Oxford: Oxford University Press.
- Surette, R. (1998), *Media, crime, and criminal justice: Images and realities*. Belmont, CA: Thomson/Wadsworth.
- Tarde, G. (2007). *A Opinião e a Multidão* (2ª edição). Lisboa: Publicações Europa América

Traquina, N. (1993). As notícias. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias*. Lisboa: Veja.

Tuchman, G. (1977). The Exception Proves the Rule: the study of routine news practice. In Hirsch P-Miller P.-Kline F. (Eds.), *Strategies for Communication Research*, vol. 6, SAGE, Beverly Hills, pp. 43-62.

Tuchman, G. (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*, New York: Free Press.

Valente, M.M. (2012). *Teoria Geral do Direito Policial*. (3ª ed.). Coimbra: Almedina.

White, D. (1950). The "Gatekeeper": A Case Study in the Selection of News. *Journalism Quarterly*, vol. 27, nº4, pp. 383-390.

Wolf, M. (2001). *Teorie delle Comunicazioni di Massa*. Milan: Gruppo Editoriale Fabbri, Bompiani, Sonzogno, Etas S.p.A.

Wolton, D. (2012). *Internet, e depois?: Uma teoria crítica das novas mídias*. (3ªed.). Porto Alegre: Editora Sulina.

ANEXOS

Anexo 1. Fases da recolha noticiosa



Marina com direito a herança de milhões

Supremo confirma paternidade de Fernando Pinho Teixeira.

0 306



1147 resultados

ÚLTIMAS 24 HORAS



Agride parcei



ÚLTIMOS 7 DIAS

DATAS ESPECÍFICAS

Desde: 01/07/2015

Até: 31/12/2015

Aplicar filtro



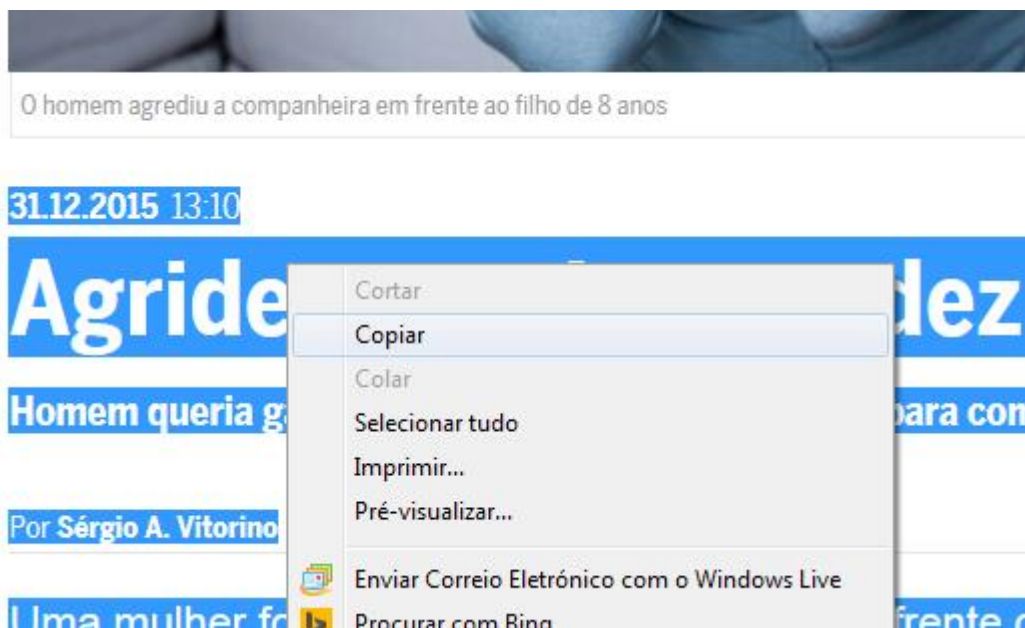
PSP vai privil



FILTROS DE PESQUISA

As presents imagens ilustram a primeira fase do processo, a procura de notícias por palavra-filtro (no caso õPSPõ), o hiato temporal definido para a amostra pretendida (ver destaque circular a amarelo) e daí resultaram as notícias para posterior análise (ver setas vermelhas, apontam para títulos resultantes da pesquisa e que foram posteriormente analisados).

De seguida apresentam as fases seguintes. Seleção das notícias e a sua cópia para um documento Word®. No documento Word® selecionava-se o texto e verificava-se o nº de palavras presente na notícia (ver destaque a vermelho). Da leitura da notícia resultavam no texto palavras-filtro (previamente definidas) sendo sublinhadas a amarelo para posterior contagem e para evitar num momento futuro de pesquisa a duplicação de notícias.



31.12.2015

Agride parceira por dez euros

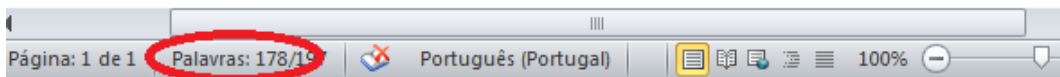
Homem queria gastar dinheiro que estava guardado para comida.

Por Sérgio A. Vitorino

Uma mulher foi agredida pelo companheiro à frente do filho de ambos, de 8 anos, no dia de Natal. De acordo uma popular, num agradecimento público à PSP de Oeiras pela sua intervenção no caso, o homem queria ficar com 10 euros que a vítima tinha para comida. Queria-os para vinho e tabaco.

A história relatada pela testemunha – que o Comando Metropolitano da PSP de Lisboa confirmou esta quarta-feira, recusando-se a dar mais pormenores – refere que tudo se passou no dia 25. A mulher salienta que a situação de **violência doméstica** ocorreu em frente da criança. A vítima dizia que os 10 euros deveriam ser para comida. O homem tentou tirá-los à força e a testemunha teve de chamar a **polícia**.

O agressor não terá sido preso (o que a PSP se recusou a revelar) e os ânimos serenaram com a chegada da patrulha. A testemunha descreve nas redes sociais que os agentes consolaram a criança "com um carinho fora de vulgar" e "ternura avassaladora." Voltaram mesmo mais tarde com bolo-rei, azevias, sumos e chocolates para o menino.



Fazendo recurso da notícia aqui apresentada, inicia-se a demonstração de um exemplo de notícias por categoria. Para o efeito tem que se ter presente as definições dadas na componente teórica da dissertação. A presente notícia enquadra-se na categoria **reativa**. Poderá discutir-se se não se enquadraria na categoria **preventiva**, contudo, e reforçando as definições alcançadas, nesta situação em concreto a PSP foi chamada para fazer cessar uma conduta ilícita e essa é a grande ideia traduzida pelo número de palavras referente a essa situação e pelo título. Repare-se que o título não sugere a ação que se poderia enquadrar na categoria **preventiva**, mas tão-só a refere num parágrafo. Atendendo a estas características a notícia, apesar de evidenciar características de categoria **preventiva**, tem um pendor de categoria **reativa** mais forte.

Liga aprova "caixa" de segurança para adeptos visitantes no Estádio da Luz

21-11-15

"Esta é uma solução que para este tipo de casos, com muitos adeptos visitantes, a PSP e o Benfica acharam boa e a Liga Portuguesa de Futebol Profissional (LPFP) aprovou", disse à agência Lusa uma fonte da Liga, acrescentando que o dispositivo já foi vistoriado na segunda-feira por um responsável do organismo.

A fonte da LPFP acrescentou que "o Benfica foi o impulsionador do dispositivo e a PSP achou boa ideia, porque a porta de entrada exterior que serve este sector é a mais adequada para a gestão dos adeptos visitantes".

Segundo a mesma fonte, a "caixa já estava operacional para o jogo entre Portugal e a Bósnia-Herzegovina [do play-off de apuramento para o Euro2012], mas não foi utilizada porque não havia adeptos bósnios em número suficiente e que justificasse o uso deste recurso".

Contactada pela agência Lusa, a PSP assegurou que não fará comentários públicos ao dispositivo, e que, apesar de o seu parecer não ser vinculativo, adaptará o policiamento à situação.

Fonte do Benfica explicou à Lusa que a "caixa" consiste numa "solução mista", com recurso a redes e a fibra de vidro.

Esta "caixa" para os adeptos visitantes deverá ser estreada no sábado, quando o Benfica receber o Sporting, em jogo da 11.ª jornada da Liga portuguesa de futebol.

A notícia em evidência enquadra-se na categoria **preventiva**. Diz respeito ao planeamento de segurança de um grande evento, inserindo-se em operações ou iniciativas que a PSP promove por forma a precaver a ocorrência de condutas ilícitas conforme está redigido no Capítulo 3 da dissertação.

Por último apresenta-se um exemplo de uma notícia que se enquadra na categoria **neutro**.

Merecemos muito mais

Na PSP continuamos a fazer muito com quase nada.

26.12.2015

Estamos a chegar ao final de um ano que não nos deixa grandes saudades do ponto de vista do equilíbrio entre deveres e direitos. As injustiças perpetradas pelo Governo e pela administração da **PSP** marcaram de forma bem vincada o ano de 2015.

As exigências, com o objetivo de produzir mais resultados com a execução do serviço, aumentaram consideravelmente; as responsabilidades e as competências atribuídas aos profissionais são hoje maiores; o corte de folgas ou o aumento de horas de trabalho para lá do horário de serviço passou a ser o cenário natural em alguns serviços e sempre com o argumento de não existir efetivo.

A velha máxima de fazer mais com menos passou a ser regra na PSP. Hoje, podemos dizer que continuamos a fazer muito com quase nada.

Mas de uma coisa não nos podemos esquecer: trabalhar só para a imagem tem prazo de validade muito curto. Termina a desejar Boas Festas a todos os profissionais da PSP, esperando que 2016 seja um ano de mudança, e que os **policías** passem a contar mais do que números.

A notícia é enquadrada na categoria **neutro** por a PSP surgir numa perspetiva mais institucional e mais afastada da sua atividade operacional, imperando sobretudo razões de carácter mais político.

Anexo 2. Livro de códigos ó variáveis em estudo

ÉNº de notícias analisadas: 1423

ÉJornais:

- 1- CM (Correio da Manhã): 946 resultados
- 2- EXP (Jornal Expresso): 57 resultados
- 3- JN (Jornal de Notícias): 420 resultados

ÉData da notícia

ÉFiltro (construto): nº de notícias com conteúdo informativo relativo à PSP recorrendo às seguintes palavras como critério de pesquisa:

- 1- polícia: 735 resultados
- 2- policiamento: 3 resultados
- 3- policiamento de proximidade: 1 resultado
- 4- PSP: 684 resultados

ÉCorpo1 (notícias onde surge pelo menos uma segunda palavra filtro, para além do filtro de pesquisa usado para chegar à notícia): nº de vezes que as palavras com conteúdo informativo relativo à PSP existentes nas notícias pesquisadas recorrendo ao filtro (construto) aparecem:

- 1- Crime: 163 resultados
- 2- Insegurança: 3 resultados
- 3- Policiamento: 1 resultado
- 4- PSP: 667 resultados
- 5- Segurança: 131 resultados
- 6- Violência: 16 resultados
- 7- violência doméstica: 7 resultados
- 8- nº de notícias sem uma segunda palavra filtro: 435 resultados

ÉCorpo2 (notícias onde surge pelo menos uma terceira palavra filtro, para além do filtro de pesquisa usado para chegar à notícia): nº de vezes que as palavras com conteúdo informativo relativo à PSP existentes nas notícias pesquisadas recorrendo ao filtro (construto) aparecem:

- 1- crime: 232 resultados
- 2- insegurança: 3 resultados
- 3- intervenção policial: 3 resultados
- 4- policiamento: 4 resultados
- 5- prevenção: 1 resultado
- 6- segurança: 157 resultados
- 7- violência: 24 resultados
- 8- violência doméstica: 24 resultados
- 9- nº de notícias sem uma segunda palavra filtro: 975 resultados

ÉCorpo3 (notícias onde surge pelo menos uma quarta palavra filtro, para além do filtro de pesquisa usado para chegar à notícia): nº de vezes que as palavras com conteúdo informativo relativo à PSP existentes nas notícias pesquisadas recorrendo ao filtro (construto) aparecem:

- 1- crime: 40 resultados
- 2- insegurança: 2 resultados
- 3- intervenção policial: 1 resultado
- 4- policiamento: 6 resultados
- 5- segurança: 33 resultados
- 6- violência: 28 resultados
- 7- nº de notícias sem uma segunda palavra filtro: 975 resultados

ÉCategoria - nº de notícias classificadas por categoria:

- 1- neutro: 331 resultados
- 2- preventiva: 190 resultados
- 3- reativa: 902 resultados

ÉSubcategoria ó nº de notícias classificadas por subcategoria:

- 1- averiguação interna: 55 resultados
- 2- criminal: 863 resultados
- 3- desaparecimentos: 10 resultados
- 4- grandes eventos: 25 resultados
- 5- manifestações: 47 resultados
- 6- menores: 24 resultados
- 7- político-económica: 133 resultados
- 8- proximidade: 22 resultados
- 9- rodoviário: 125 resultados
- 10- sinistro/cooperação: 119 resultados

ÉPalavras ó nº de palavras por notícia

Anexo 3. Estatísticas descritivas**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum
data da notícia	1423	01-JUL-2015	31-DEC-2015
Valid N (listwise)	1423		

órgão de comunicação social

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Correio da Manhã	946	66,5	66,5	66,5
	Expresso	57	4,0	4,0	70,5
	Jornal de Notícias	420	29,5	29,5	100,0
	Total	1423	100,0	100,0	

constructo

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	polícia	735	51,7	51,7	51,7
	policimento	3	,2	,2	51,9
	policimento de proximidade	1	,1	,1	51,9
	PSP	684	48,1	48,1	100,0
	Total	1423	100,0	100,0	

palavra existente na notícia_corpo1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		435	30,6	30,6	30,6
	crime	163	11,5	11,5	42,0
	insegurança	3	,2	,2	42,2
	policimento	1	,1	,1	42,3
	PSP	667	46,9	46,9	89,2
	segurança	131	9,2	9,2	98,4
	violência	16	1,1	1,1	99,5
	violência doméstica	7	,5	,5	100,0
	Total	1423	100,0	100,0	

palavra existente na notícia_corpo2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	975	68,5	68,5	68,5
crime	232	16,3	16,3	84,8
insegurança	3	,2	,2	85,0
intervenção policial	3	,2	,2	85,2
policciamento	4	,3	,3	85,5
prevenção	1	,1	,1	85,6
segurança	157	11,0	11,0	96,6
violência	24	1,7	1,7	98,3
violência doméstica	24	1,7	1,7	100,0
Total	1423	100,0	100,0	

palavra existente na notícia_corpo3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1313	92,3	92,3	92,3
crime	40	2,8	2,8	95,1
insegurança	2	,1	,1	95,2
intervenção policial	1	,1	,1	95,3
policciamento	6	,4	,4	95,7
segurança	33	2,3	2,3	98,0
violência	28	2,0	2,0	100,0
Total	1423	100,0	100,0	

categoria da notícia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	331	23,3	23,3	23,3
preventiva	190	13,4	13,4	36,6
reativa	902	63,4	63,4	100,0
Total	1423	100,0	100,0	

categoria da notícia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	331	23,3	23,3	23,3
preventiva	190	13,4	13,4	36,6

reativa	902	63,4	63,4	100,0
Total	1423	100,0	100,0	

subcategoria evidenciada na notícia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	averiguação interna	55	3,9	3,9	3,9
	criminal	863	60,6	60,6	64,5
	desaparecimentos	10	,7	,7	65,2
	grandes eventos	25	1,8	1,8	67,0
	manifestações	47	3,3	3,3	70,3
	menores	24	1,7	1,7	72,0
	político-económica	133	9,3	9,3	81,3
	proximidade	22	1,5	1,5	82,9
	rodoviário	125	8,8	8,8	91,6
	sinistro/cooperação	119	8,4	8,4	100,0
	Total	1423	100,0	100,0	

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
número de palavras na notícia	1423	16	2867	207,96	167,561
Valid N (listwise)	1423				

categoria da notícia * subcategoria evidenciada na notícia * órgão de comunicação social Crosstabulation

órgão de comunicação social				subcategoria evidenciada na notícia									Total	
				averiguação interna	criminal	desaparecimentos	grandes eventos	manifestações	menores	político-económica	proximidade	rodoviário		sinistro/cooperação
Correio da Manhã	neutro		Count	33	0	0	0	0	14	87	0	0	79	213
			Expected Count	7,4	134,2	,9	3,4	6,1	3,2	19,6	3,4	17,1	17,8	213,0
			% within categoria da notícia	15,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,6%	40,8%	0,0%	0,0%	37,1%	100,0%
			% within subcategoria evidenciada na notícia	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	22,5%
			% of Total	3,5%	0,0%	0,0%	0,0%	,1%	1,5%	9,2%	0,0%	0,0%	8,2%	22,5%
			Adjusted Residual	10,8	-21,6	-1,1	-2,1	-2,4	7,0	18,2	-2,1	-4,9	16,9	
	preventiva		Count	0	35	0	13	21	0	0	15	37	0	121
			Expected Count	4,2	75,6	,5	1,9	3,4	1,8	11,0	1,9	9,6	10,0	120,0
			% within categoria da notícia	0,0%	29,2%	0,0%	10,8%	17,2%	0,0%	0,0%	12,5%	30,8%	0,0%	100,0%
			% within subcategoria evidenciada na notícia	0,0%	5,9%	0,0%	86,7%	77,8%	0,0%	0,0%	100,0%	48,7%	0,0%	12,7%
			% of Total	0,0%	3,7%	0,0%	1,4%	2,1%	0,0%	0,0%	1,6%	3,9%	0,0%	12,7%
			Adjusted Residual	-2,2	-8,2	-,8	8,7	9,7	-1,4	-3,7	10,2	9,8	-3,5	
reativa		Count	0	561	4	2	6	0	0	0	39	0	612	
		Expected Count	21,4	386,2	2,6	9,7	17,5	9,1	56,4	9,7	49,2	51,2	613,0	
		% within categoria da notícia	0,0%	91,5%	,7%	,3%	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	6,4%	0,0%	100,0%	
		% within subcategoria evidenciada na notícia	0,0%	94,1%	100,0%	13,3%	22,2%	0,0%	0,0%	0,0%	51,3%	1,3%	64,8%	
		% of Total												
		Adjusted Residual												

Total	% of Total	0,0%	59,3%	,4%	,2%	,6%	0,0%	0,0%	0,0%	4,1%	,1%	64,8%
	Adjusted Residual Count	-7,9	24,6	1,5	-4,2	-4,7	-5,1	-13,3	-5,3	-2,6	-12,4	
	Count	33	596	4	15	27	14	87	15	76	79	946
	Expected Count	33,0	596,0	4,0	15,0	27,0	14,0	87,0	15,0	76,0	79,0	946,0
	% within categoria da notícia	3,5%	63,0%	,4%	1,6%	2,9%	1,5%	9,2%	1,6%	8,0%	8,4%	100,0%
	% within subcategoria evidenciada na notícia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
% of Total	3,5%	63,0%	,4%	1,6%	2,9%	1,5%	9,2%	1,6%	8,0%	8,4%	100,0%	

categoria da notícia * subcategoria evidenciada na notícia * órgão de comunicação social Crosstabulation

órgão de comunicação social				subcategoria evidenciada na notícia								Total		
				averiguação interna	criminal	desaparecimentos	grandes eventos	manifestações	menores	político-económica	proximidade		rodoviário	sinistro/cooperação
Correio da Manhã	neutro	Count	33	0	0	0	0	14	87	0	0	79	213	
			Expected Count	7,4	134,2	,9	3,4	6,1	3,2	19,6	3,4	17,1	17,8	213,0
			% within categoria da notícia	15,5%	0,0%	0,0%	0,0%	,5%	6,6%	40,8%	0,0%	0,0%	36,6%	100,0%
	preventiva	% within subcategoria evidenciada na notícia	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,7%	100,0%	100,0%	0,0%	0,0%	98,7%	22,5%	
			% of Total	3,5%	0,0%	0,0%	0,0%	,1%	1,5%	9,2%	0,0%	0,0%	8,2%	22,5%
			Adjusted Residual Count	10,8	-21,6	-1,1	-2,1	-2,4	7,0	18,2	-2,1	-4,9	16,9	
preventiva	Count	0	35	0	13	21	0	0	15	37	0	121		
		Expected Count	4,2	75,6	,5	1,9	3,4	1,8	11,0	1,9	9,6	10,0	120,0	
		% within categoria da notícia	0,0%	29,2%	0,0%	10,8%	16,7%	0,0%	0,0%	12,5%	30,8%	0,0%	100,0%	
preventiva	% within subcategoria evidenciada	0,0%	5,9%	0,0%	86,7%	74,1%	0,0%	0,0%	100,0%	48,7%	0,0%	12,7%		

	na notícia											
	% of Total	0,0%	3,7%	0,0%	1,4%	2,1%	0,0%	0,0%	1,6%	3,9%	0,0%	12,7%
	Adjusted Residual Count	-2,2	-8,2	-,8	8,7	9,7	-1,4	-3,7	10,2	9,8	-3,5	
	Count	0	561	4	2	6	0	0	0	39	0	612
	Expected Count	21,4	386,2	2,6	9,7	17,5	9,1	56,4	9,7	49,2	51,2	613,0
	% within categoria da notícia	0,0%	91,5%	,7%	,3%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,4%	,2%	100,0%
	% within subcategoria evidenciada na notícia	0,0%	94,1%	100,0%	13,3%	22,2%	0,0%	0,0%	0,0%	51,3%	1,3%	64,8%
	% of Total	0,0%	59,3%	,4%	,2%	,6%	0,0%	0,0%	0,0%	4,1%	,1%	64,8%
	Adjusted Residual Count	-7,9	24,6	1,5	-4,2	-4,7	-5,1	-13,3	-5,3	-2,6	-12,4	
Total	Count	33	596	4	15	27	14	87	15	76	79	946
	Expected Count	33,0	596,0	4,0	15,0	27,0	14,0	87,0	15,0	76,0	79,0	946,0
	% within categoria da notícia	3,5%	63,0%	,4%	1,6%	2,9%	1,5%	9,2%	1,6%	8,0%	8,4%	100,0%
	% within subcategoria evidenciada na notícia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total	3,5%	63,0%	,4%	1,6%	2,9%	1,5%	9,2%	1,6%	8,0%	8,4%	100,0%

categoria da notícia * subcategoria evidenciada na notícia * órgão de comunicação social Crosstabulation

Expresso	categoria da notícia	neutro	Count	3	0	0	0	0	1	10	0	0	14
			Expected Count	,7	7,9	,2	,2	1,5	,2	2,5	,5	,2	14,0
			% within categoria da notícia	21,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	7,1%	71,4%	0,0%	0,0%	100,0%
		% within subcategoria evidenciada na notícia	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%	0,0%	0,0%	24,6%	
		% of Total	5,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%	17,5%	0,0%	0,0%	24,6%	
		Adjusted Residual	3,1	-4,9	-,6	-,6	-1,5	1,8	6,1	-,8	-,6		
		preventiva	Count	0	1	0	1	6	0	0	2	0	10
			Expected Count	,5	5,6	,2	,2	1,1	,2	1,8	,4	,2	10,0
			% within categoria da notícia	0,0%	10,0%	0,0%	10,0%	60,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	100,0%
	% within subcategoria evidenciada na notícia	0,0%	3,1%	0,0%	100,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	17,5%		
	% of Total	0,0%	1,8%	0,0%	1,8%	10,5%	0,0%	0,0%	3,5%	0,0%	17,5%		
	Adjusted Residual	-,8	-3,2	-,5	2,2	5,6	-,5	-1,6	3,1	-,5			
	reativa	Count	0	31	1	0	0	0	0	0	1	33	
		Expected Count	1,7	18,5	,6	,6	3,5	,6	5,8	1,2	,6	33,0	
		% within categoria da notícia	0,0%	93,9%	3,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,0%	100,0%	
% within subcategoria evidenciada na notícia		0,0%	96,9%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	57,9%		
% of Total		0,0%	54,4%	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%	57,9%		

Total	Adjusted Residual	-2,1	6,7	,9	-1,2	-3,0	-1,2	-4,1	-1,7	,9	
	Count	3	32	1	1	6	1	10	2	1	57
	Expected Count	3,0	32,0	1,0	1,0	6,0	1,0	10,0	2,0	1,0	57,0
	% within categoria da notícia	5,3%	56,1%	1,8%	1,8%	10,5%	1,8%	17,5%	3,5%	1,8%	100,0%
	% within subcategoria evidenciada na notícia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
% of Total	5,3%	56,1%	1,8%	1,8%	10,5%	1,8%	17,5%	3,5%	1,8%	100,0%	

categoria da notícia * subcategoria evidenciada na notícia * órgão de comunicação social Crosstabulation

Jornal de Notícias	categoria da notícia	neutro	Count	19	0	0	0	0	9	36	0	0	40	104	
			Expected Count	4,7	58,2	1,2	2,2	3,5	2,2	8,9	1,2	11,9	9,9	104,0	
			% within categoria da notícia	18,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	8,7%	34,6%	0,0%	0,0%	38,5%	100,0%	
			% within subcategoria evidenciada na notícia	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	24,8%	
			% of Total	4,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,1%	8,6%	0,0%	0,0%	9,5%	24,8%	
			Adjusted Residual	7,8	-13,3	-1,3	-1,7	-2,2	5,3	10,9	-1,3	-4,2	11,6		
			Count	0	23	0	8	10	0	0	5	14	0	60	
			Expected Count	2,7	33,6	,7	1,3	2,0	1,3	5,1	,7	6,9	5,7	60,0	
		% within categoria da notícia	0,0%	38,3%	0,0%	13,3%	16,7%	0,0%	0,0%	8,3%	23,3%	0,0%	100,0%		
		% within subcategoria evidenciada na notícia	0,0%	9,8%	0,0%	88,9%	71,4%	0,0%	0,0%	100,0%	29,2%	0,0%	14,3%		
		% of Total	0,0%	5,5%	0,0%	1,9%	2,4%	0,0%	0,0%	1,2%	3,3%	0,0%	14,3%		
		Adjusted Residual	-1,8	-3,0	-,9	6,5	6,2	-1,2	-2,6	5,5	3,1	-2,7			
		Count	0	212	5	1	4	0	0	0	34	0	256		
		Expected Count	11,6	143,2	3,0	5,5	8,5	5,5	21,9	3,0	29,3	24,4	256,0		
		% within categoria da notícia	0,0%	82,8%	2,0%	,4%	1,6%	0,0%	0,0%	0,0%	13,3%	0,0%	100,0%		
		% within subcategoria evidenciada na notícia	0,0%	90,2%	100,0%	11,1%	28,6%	0,0%	0,0%	0,0%	70,8%	0,0%	61,0%		
		% of Total	0,0%	50,5%	1,2%	,2%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	8,1%	0,0%	61,0%		
		Adjusted	-5,6	13,9	1,8	-3,1	-2,5	-3,8	-7,8	-2,8	1,5	-8,3			
				reativa											

Residual											
----------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Total	Count	19	235	5	9	14	9	36	5	48	40	420
	Expected Count	19,0	235,0	5,0	9,0	14,0	9,0	36,0	5,0	48,0	40,0	420,0
	% within categoria da notícia	4,5%	56,0%	1,2%	2,1%	3,3%	2,1%	8,6%	1,2%	11,4%	9,5%	100,0%
	% within subcategoria evidenciada na notícia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total	4,5%	56,0%	1,2%	2,1%	3,3%	2,1%	8,6%	1,2%	11,4%	9,5%	100,0%

categoria da notícia * subcategoria evidenciada na notícia * órgão de comunicação social Crosstabulation

Total	categoria da notícia	neutro	Count	55	0	0	0	1	24	133	0	0	118	331
			Expected Count	12,8	200,7	2,3	5,8	10,9	5,6	30,9	5,1	29,1	27,7	331,0
			% within categoria da notícia	16,6%	0,0%	0,0%	0,0%	,3%	7,3%	40,2%	0,0%	0,0%	35,6%	100,0%
			% within subcategoria evidenciada na notícia	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,1%	100,0%	100,0%	0,0%	0,0%	99,2%	23,3%
			% of Total	3,9%	0,0%	0,0%	0,0%	,1%	1,7%	9,3%	0,0%	0,0%	8,3%	23,3%
			Adjusted Residual	13,7	-25,8	-1,7	-2,8	-3,5	9,0	22,0	-2,6	-6,4	20,5	
	preventiva	Count	0	59	0	22	36	0	0	22	51	0	190	
		Expected Count	7,3	115,2	1,3	3,3	6,3	3,2	17,8	2,9	16,7	15,9	190,0	
		% within categoria da notícia	0,0%	31,1%	0,0%	11,6%	18,9%	0,0%	0,0%	11,6%	26,8%	0,0%	100,0%	
		% within subcategoria evidenciada na notícia	0,0%	6,8%	0,0%	88,0%	76,6%	0,0%	0,0%	100,0%	40,8%	0,0%	13,4%	
		% of Total	0,0%	4,1%	0,0%	1,5%	2,5%	0,0%	0,0%	1,5%	3,6%	0,0%	13,4%	
		Adjusted Residual	-3,0	-9,0	-1,2	11,1	13,0	-1,9	-4,8	12,0	9,4	-4,5		
	reativa	Count	0	804	10	3	10	0	0	0	74	1	902	
		Expected Count	34,9	547,0	6,3	15,8	29,8	15,2	84,3	13,9	79,2	75,4	902,0	
		% within categoria da notícia	0,0%	89,1%	1,1%	,3%	1,1%	0,0%	0,0%	0,0%	8,2%	,1%	100,0%	
		% within subcategoria evidenciada na notícia	0,0%	93,2%	100,0%	12,0%	21,3%	0,0%	0,0%	0,0%	59,2%	,8%	63,4%	
		% of Total												
		Adjusted Residual												

Total	% of Total	0,0%	56,5%	,7%	,2%	,7%	0,0%	0,0%	0,0%	5,2%	,1%	63,4%
	Adjusted Residual	-10,0	28,9	2,4	-5,4	-6,1	-6,5	-15,9	-6,2	-1,0	-14,8	
	Count	55	863	10	25	47	24	133	22	125	119	1423
	Expected Count	55,0	863,0	10,0	25,0	47,0	24,0	133,0	22,0	125,0	119,0	1423,0
	% within categoria da notícia	3,9%	60,6%	,7%	1,8%	3,3%	1,7%	9,3%	1,5%	8,8%	8,4%	100,0%
	% within subcategoria evidenciada na notícia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total	3,9%	60,6%	,7%	1,8%	3,3%	1,7%	9,3%	1,5%	8,8%	8,4%	100,0%

Chi-Square Tests

órgão de comunicação social		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Correio da Manhã	Pearson Chi-Square	1327,861 ^b	18	,000
	Likelihood Ratio	1231,816	18	,000
	N of Valid Cases	946		
Expresso	Pearson Chi-Square	106,805 ^c	16	,000
	Likelihood Ratio	101,293	16	,000
	N of Valid Cases	57		
Jornal de Notícias	Pearson Chi-Square	542,662 ^d	18	,000
	Likelihood Ratio	545,769	18	,000
	N of Valid Cases	420		
Total	Pearson Chi-Square	1964,368 ^a	18	0,000
	Likelihood Ratio	1865,825	18	0,000
	N of Valid Cases	1423		

dimensão do conteúdo noticioso

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1,00	359	25,2	25,2	25,2
2,00	347	24,4	24,4	49,6
Valid 3,00	363	25,5	25,5	75,1
4,00	354	24,9	24,9	100,0
Total	1423	100,0	100,0	

dimensão do conteúdo noticioso * órgão de comunicação social Crosstabulation

		órgão de comunicação social			Total	
		Correio da Manhã	Expresso	Jornal de Notícias		
dimensão do conteúdo noticioso	brevíssimas	Count	220	2	137	359
		Expected Count	238,7	14,4	106,0	359,0
		% within dimensão do conteúdo noticioso	61,3%	0,6%	38,2%	100,0%
	curtas	% within órgão de comunicação social	23,3%	3,5%	32,6%	25,2%
		Adjusted Residual	-2,4	-3,9	4,2	
		Count	255	10	82	347
	média	Expected Count	230,7	13,9	102,4	347,0
		% within dimensão do conteúdo noticioso	73,5%	2,9%	23,6%	100,0%
		% within órgão de comunicação social	27,0%	17,5%	19,5%	24,4%
	alargada	Adjusted Residual	3,2	-1,2	-2,8	
		Count	279	6	78	363
		Expected Count	241,3	14,5	107,1	363,0
	% within dimensão do conteúdo noticioso	76,9%	1,7%	21,5%	100,0%	
	% within órgão de comunicação social	29,5%	10,5%	18,6%	25,5%	
	Adjusted Residual	4,9	-2,6	-3,9		
	Count	192	39	123	354	

Total	Expected Count	235,3	14,2	104,5	354,0
	% within dimensão do conteúdo noticioso	54,2%	11,0%	34,7%	100,0%
	% within órgão de comunicação social	20,3%	68,4%	29,3%	24,9%
	Adjusted Residual	-5,6	7,8	2,5	
	Count	946	57	420	1423
	Expected Count	946,0	57,0	420,0	1423,0
	% within dimensão do conteúdo noticioso	66,5%	4,0%	29,5%	100,0%
	% within órgão de comunicação social	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	102,470 ^a	6	,000
Likelihood Ratio	96,466	6	,000
N of Valid Cases	1423		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13,90.

