

Capítulo 9

Os conteúdos em análise – teorias e práticas da análise de conteúdo

Bruno Reis

Neste capítulo iremos tratar da questão da análise de conteúdo. Faremos, em primeiro lugar, um repasso acerca do seu decurso epistemológico para, num segundo momento do texto, abordarmos a sua *praxis*. A opção ilustrativa é aqui assumida com o intuito destrinçador de todo um protocolo metodológico, que costuma (des)aparecer debaixo de uma grande neblina conceptual, geradora de desentendimentos e, conseqüentemente, de práticas investigativas erróneas.

A transformação da análise de conteúdo no decurso dos tempos

A análise de conteúdo extravasa amplamente a perspectiva da tecnicidade investigativa. A sua enunciação traduz, por defeito, uma formulação mais ampla; é uma prática que visa interpretar de forma sistemática o sentido de uma qualquer mensagem (textual, gráfica, discursiva) produzida num dado contexto¹⁰⁸. Os primeiros cientistas sociais assumiram que a compreensão das

¹⁰⁸ A análise de conteúdo é, acima de tudo, um procedimento heurístico, que propõe uma aproximação metódica para a resolução de problemas no tratamento de dados. Esta prática atravessa de forma complementar um conjunto de outras técnicas de investigação, estabelecendo protocolos para filtragem e interpretação de dados: de natureza biográfica por via de histórias de vida; de contornos inquisitórios pelas práticas de questionários ou entrevistas; estabelecendo os balizamentos das leituras da observação participante e ajudando com matrizes para a leitura da análise documental.

sociedades industriais passava por descortinarem os enunciados/significados produzidos na complexidade do sistema capitalista. Uma das suas marcas indeléveis foi o desmultiplicar das interações entre os distintos actores sociais (numa sociedade cada vez mais especializada) e a proliferação das inúmeras instituições que emergiram da sua matriz burocrática. Entender essa produção de sentido era dar um passo em frente no descortinar da construção dessa flamante realidade.

Mas a leitura dos fenómenos sociais gerou divergências interpretativas, que podemos sintetizar na dicotomia clássica entre positivistas e subjectivistas. Tais posições epistemológicas acabaram por ditar uma contraposição entre as abordagens quantitativas e as qualitativas, que foram sendo atenuadas pelas perspectivas que apelavam à complementaridade de ambas (postulando uma “triangulação metodológica”) (Denzin, 1970). Como observaremos, esta contraposição atravessou a própria história da análise de conteúdo, que se foi constituindo como um processo analítico que se caracteriza por um:

“conjunto de procedimentos interpretativos de produtos comunicativos (mensagens, textos ou discursos) provenientes de processos originais de comunicação anteriormente relatados e que, com base em técnicas de medição, às vezes quantitativa (estatísticas com base na contagem de unidades), às vezes qualitativas (com base na combinação de categorias lógicas) têm como objetivo desenvolver e processar dados relevantes sobre as condições em que esses textos foram produzidos, ou em condições que podem ocorrer para aplicação subsequente” (Raigada, 2002: 2).

Os primeiros estudos que utilizaram uma aplicação rudimentar da técnica foram produzidos no âmbito da interpretação bíblica. A proposta que ficou registada como precursora da análise de conteúdo foi a de Bourbon em 1892. Este autor sistematizou uma interpretação do livro do Êxodo¹⁰⁹, por meio de um processo de classificação de palavras (Andréu, 2001). Mas foram os estudos de comunicação os que mais contribuíram, inicialmente, para um processo de desenvolvimento do método, já que o uso recorrente da técnica nas

¹⁰⁹ É o segundo livro do Antigo Testamento que relata a travessia do deserto dos israelitas, chefiados por Moisés, em busca da terra prometida.

iniciantes ciências da comunicação ajudou paulatinamente a uma reflexão e transformação do próprio método.

Segundo Andréu (2001), as primeiras análises de conteúdo aplicadas ao campo jornalístico relatam os esforços dos investigadores¹¹⁰ na elaboração de esquemas classificatórios das temáticas que dominavam os jornais da época, assim como de listagens com os temas que tinham desaparecido da agenda mediática. Um contributo decisivo para o refinar da técnica, que já contemplava uma inovadora proposta de conciliação de uma abordagem qualitativa e quantitativa, foi proposto em 1910 por Max Weber (2005) num texto fundador do campo da sociologia da comunicação: *sociologia da imprensa. Um programa de pesquisa*. Antevendo o papel da imprensa como grande agente do processo de modernização, Weber propõe na conferência inaugural da associação de sociologia da Alemanha uma aproximação metodológica para a sua compreensão:

“Devemos orientar a investigação sobre a imprensa no seguinte sentido. Perguntando primeiro: o que aporta a imprensa à conformação do homem moderno? Segundo: que influências exerce sobre os elementos culturais objetivos supra individuais? Que deslocamentos produz neles? O que se destrói ou é novamente criado no âmbito da fé e das esperanças coletivas, do ‘sentimento de viver’ – como se diz hoje em dia –, que possíveis atitudes são destruídas para sempre, que novas atitudes são criadas? São estas as últimas perguntas que formulamos e os senhores, estimados ouvintes, verão a seguir que o caminho que a intermedeia essas perguntas e suas respostas é extraordinariamente longo. Agora, perguntarão os senhores: onde está esse material para o início de tais trabalhos? Esse material é constituído pelos próprios jornais. Consequentemente teremos que começar, de forma totalmente trivial, digamos claramente, a medir com tesoura e compasso, como foi-se transformando o conteúdo dos jornais, em seu aspecto quantitativo, no transcurso da última geração (...) Dessas análises quantitativas passaremos depois às qualitativas. Teremos que estudar o estilo do jornal, isto é, os modos em que os mesmos problemas são discutidos dentro e fora do jornal, a aparente inibição dos jornais

¹¹⁰ Em concreto cita os trabalhos de: Speed, G. (1893). *Do newspapers now give the news?*. *Forum*, 15, pp. 705-711; Loeb, E. (1903). *Kultur und Presse*. Leipzig: Dumcker and Humboldt e Street, A. (1909, 25 de Julho). *The Truth about newspapers*, *Chicago Tribune*.

com tudo que é emocional, o que, por outro lado, constitui uma e outra vez a base de sua própria existência, e outras questões parecidas. E depois teremos, no final, fundadas esperanças para podermos aproximar-nos lentamente das questões de maior alcance, cujo esclarecimento é a meta a que se propõe esta investigação” (Weber, 2005: 20).

Mas a concretização das premissas weberianas tiveram um eco maior do outro lado do Atlântico. No início dos anos 40 anos do século XX, os académicos norte-americanos desenvolveram um interesse crescente acerca da influência dos meios de comunicação sobre os públicos e, por conseguinte, desenvolveram toda uma reflexão acerca do estudo do fenómeno (Wolf, 2005). Tal facto deveu-se, em grande medida, ao cristalizar de uma sociedade de massas que não sofreu directamente, como na Europa, com as perturbações dos belicismos mundiais.

A expansão da sociedade de consumo, mediada pela imprensa, alimentou desde cedo a convicção, desde as perspectivas mais críticas, que “*a informação é o lubrificante do capital*” (Will, 1976: 32). Esta concepção assentava na premissa que os detentores dos meios de comunicação, como capitalistas que eram, estariam condicionados pelo mercado publicitário (parte importante do financiamento do negócio), pelas pressões do poder (o que condicionava o sentido de independência jornalística) e pelos gostos maioritários (o que gerava a necessidade de agradar as audiências). A aferição desse poder mediático intrigava os cientistas sociais da época e a sua avaliação era norteadas pelas inúmeras aproximações realizadas por análises de conteúdo. Uma das primeiras hipóteses sugeridas para essa influência era a do real papel da imprensa ao moldar a sua informação aos interesses do público. Esta questão é levantada na década de 20, quando Lippmann (1997) abordou os processos de formação da opinião pública e estabeleceu uma relação entre agenda mediática e agenda pública.

Lasswell (2009), tentando perceber a formação da agenda mediática realizou estudos acerca do teor da mensagem propagandística e dos conteúdos radiofónicos. Para tal, socorreu-se da análise de conteúdo, popularizando definitivamente o método em 1927, aquando da publicação do estudo clássico: *Propaganda Technique in the World War*. Do estudo da propaganda da guerra ao estudo da propaganda eleitoral foi um passo. Uma das referências

mais recorrentes do fenómeno é o trabalho de Paisley, que analisou o debate entre Nixon e Kennedy¹¹¹ nas eleições presidenciais de 1960. A partir de uma contagem das palavras mais utilizadas pelos candidatos, o investigador aferiu que os discursos políticos reproduziam um determinado tom e sentido discursivo (Santos, 2001: 138).

Assistimos a uma preponderância deste tipo de análise de conteúdos após 1940. A explicação reside em grande medida na consolidação dos departamentos de ciência política que tinham (e ainda têm) as campanhas eleitorais como objectos centrais das suas análises (Alonso, Volkens e Gómez, 2012). No que concerne ao método e como sublinha a socióloga Isabel Guerra (2012: 62), era a formulação de Berelson aquela que vigorava para a aplicação das análises de conteúdo, apresentando a técnica como um procedimento objectivo por usar um método quantitativo.

No período seguinte ao pós-guerra, a análise de conteúdo foi nutrida por outras perspectivas analíticas, da psicologia à linguística, que levantaram novas questões e outras possibilidades de escrutínio das mensagens, em particular na dimensão estrutural da construção do texto e do sentido implícito do teor das mensagens. A expansão metodológica da técnica saiu fora dos horizontes clássicos da comunicação e da ciência política, viragem fomentada em 1955 pelo congresso de Allerton House, uma reunião magna de cientistas sociais, de diferentes domínios e quadrantes teóricos, onde se discutiu de forma mais consistente o teor da técnica, desde distintos prismas a possibilidades analíticas. É neste período que se intensifica o debate entre os defensores do método quantitativo e da abordagem qualitativa e teríamos de esperar pelos finais dos anos 60 para o esbater destas perspectivas, já que “*a análise de texto faz uma ponte entre um formalismo estatístico e a análise qualitativa dos materiais. No divisor quantidade/qualidade das ciências sociais, a*

¹¹¹ A eleição presidencial norte-americana de 1960 foi a primeira a ter cobertura televisiva, que transmitiu os quatro debates da campanha eleitoral. A televisão assumiu, a partir desse momento, um papel decisivo no debate político. Para um entendimento mais aprofundado do fenómeno consultar os sítios abaixo:

<http://www.ourcampaigns.com/EventDetail.html?EventID=10>

<http://www.ourcampaigns.com/EventDetail.html?EventID=11>

<http://www.ourcampaigns.com/EventDetail.html?EventID=12>

<http://www.ourcampaigns.com/EventDetail.html?EventID=13>

análise de conteúdo é uma técnica híbrida que pode mediar esta improdutiva discussão sobre virtudes e métodos” (Bauer, 2002: 190).

O contexto histórico da contracultura¹¹² acabou por abrir as academias a outras perspectivas e enfoques. O estudo de fenómenos eminentemente elitistas (partidos, governos, meios de comunicação) derivou em aproximações de cariz menos institucionais. Com a expansão das escolas mais críticas e em concreto dos estudos culturais (de inspiração neomarxista) as análises de conteúdos interessaram-se pelo estudo das minorias (na sua dimensão étnica e racial), da questão de género e de classe.

A análise de conteúdo de uma parte significativa destes trabalhos recorreu a abordagens multidisciplinares, em concreto das aproximações do campo da psicologia social propostas por Moscovici (1979). O autor teoriza de forma aprofundada acerca da relação entre os processos de representações sociais e a formação dos estereótipos sociais, na medida em que os meios de comunicação de massas têm uma capacidade conformadora de estabelecerem crenças, sentimentos comuns e percepções fortes nos públicos (com particular proeminência no tocante a actores/grupos, comunidades ou identidades¹¹³). Os meios de comunicação corporativos e convencionais não contemplam a representação de todos os grupos sociais dando menor mediatismo aos sujeitos e as comunidades que carecem de suficientes recursos materiais e culturais e, portanto, simbólicos (Carriço Reis, 2009).

Mas é a partir dos anos 80, com o uso da análise de conteúdo de forma assumidamente diacrónica (comparando o mesmo fenómeno em momento temporais distintos) que percebemos uma transformação nas representações sociais das minorias (Santos, 2001). A incorporação de estratos socialmente desvalorizados e carenciados nos discursos jornalísticos (aos quais passaram a conferir cobertura noticiosa) desencadearam aquilo que Sampedro (2004)

¹¹² Movimentos juvenis de cunho contestatário, que questionavam os valores e a ordem estabelecida das sociedades capitalistas saídas do pós-guerra. Eram manifestamente críticos do espírito consumista e da forma tradicional do exercício do poder dos partidos e dos Estados-Nação (que assentavam para os partidários dos movimentos contraculturais em princípios patrióticos e equivocadamente belicistas). Como exemplos marcantes destes movimentos temos a *beat generation*, o movimento *Hippie* e os estudantes universitário do Maio de 68 em França.

¹¹³ Esta concepção partiu duma releitura do conceito de “*consciência colectiva*” de Émile Durkheim (1999).

designou de “identidades lucrativas”, no sentido em que se gerou na opinião pública uma empatia com estes grupos sociais, aumentando o potencial comercial desta decisão editorial.

Os últimos avanços da análise de conteúdo estão marcados pela intensificação do uso de *software*¹¹⁴ específico como instrumentos auxiliares da técnica, já que “após meados dos anos 1970, a proliferação dos computadores pessoais e as experiências em inteligência artificial aumentam a esperança nas possibilidades informáticas” (Bardin, 2011: 31)

A par destes avanços informáticos, que amplificaram debates e processos colaborativos de natureza multidisciplinar, assistimos a um crescente refinamento da forma como deve ser pensada a análise de conteúdo. Novas perspectivas indutivas se somam às lógicas iniciais de cariz mais hipotético-dedutivo e quantitativo, inaugurado por Berelson (1952). Desde os anos 80 que o procedimento inferencial proposto por Krippendorff é a aproximação mais recorrente para a realização da análise de conteúdo. A proposta rompe com a abordagem mais convencional do conteúdo manifesto¹¹⁵, o que significa realizar uma análise de conteúdo que não seja uma mera contagem das expressões, palavras mais recorrentes de um dado discurso. O conteúdo precisa de ser analisado de forma mais ampla, devemos aspirar a uma explicação que evidencie as razões para que dado discurso se tenha produzido

É nesta senda que formularemos uma aproximação prática à utilização da análise de conteúdo, detalhando etapas e procedimentos de um estudo realizado mediante o uso desta técnica.

¹¹⁴ Por limitação de espaço não poderemos abarcar aqui a questão das ferramentas informáticas aplicadas a análise de conteúdo, mas para uma compreensão exaustiva do assunto, sugerimos a consulta dos seguintes autores e textos: Bauer (2002: 209-212); Kelle (2002: 393-415); Kronberger e Wagner (2002: 416-442); Raigada (2002: Ponto 4.2.); Bardin (2011: Terceira parte – Ponto V) e Alonso, Volkens e Gómez (2012: Ponto 1.3.3.2).

¹¹⁵ A análise proposicional do discurso de Demaziere e Dubar (1997) é um exemplo paradigmático de uma outra possibilidade de se pensar a decomposição dos discursos para lá do significado formal do texto. Todo este debate em aberto acabou por derivar em interessantes reflexões de natureza meta-metodológica, que reflectem acerca da necessidade de um exercício cada vez mais criterioso da análise de conteúdo, que passa por uma clara especificação dos protocolos usados pelos investigadores (Bauer, 2002; Bardin, 2011; Denzin e Lincoln, 2000 e 2008; Krippendorff, 1990).

Da teoria à prática: o passo a passo de uma análise de conteúdo

Partimos da premissa que toda a tarefa metodológica deve contemplar, em si mesma, um processo de “*vigilância epistemológica*” (Bourdieu, Chamboderon e Passeron, 2000). Operativamente, tal procedimento implica uma total transparência na explicitação dos processos investigativos, questão que não é de toda levada em linha de conta pelos investigadores que utilizam a análise de conteúdo, como atestaram empiricamente Lombard, Snyder-Duch e Bracken (2002).

Um processo de pesquisa rigoroso arranca desde a formulação do projecto de investigação. Neste documento preparatório, várias questões devem ser clarificadas, começando por delimitar o tema de estudo e as principais questões que deveremos problematizar. Por problematizar entendemos o levantamento, de forma tão exaustiva quanto possível, das questões alusivas ao fenómeno em estudo. Devemos, para o efeito, realizar uma revisão da literatura que nos permita conhecer os principais autores, correntes, enunciados, estudos e dimensões do problema formulado. Seguidamente deveremos equacionar os objectivos da investigação, assim como a pergunta que guiará a investigação.

Estaremos então em condições de justificar o(s) método(s) e técnica(s) mais adequados para os propósitos a que aspira a investigação. Neste procedimento planificador devemos, de igual forma, indicar os processos que utilizaremos para a recolha dos dados, o tratamento e a análise dos resultados obtidos. Por último, devemos elaborar um cronograma de actividades para perceber os tempos necessários para realização das tarefas de investigação. Em suma, este exercício de planificação obrigará o investigador a um processo reflexivo acerca da sua pesquisa, permitindo pensar as potencialidades e os constrangimentos do que se propõe fazer.

A preparação já contém, em si mesmo, a génese da investigação. Seguidamente deveremos pôr em prática o enunciado no projecto. Para que tal tarefa fique clara aos olhos dos leitores, jovens investigadores em formação, parto da minha experiência directa na utilização da técnica de análise de conteúdo. Recorrerei, como exemplo ilustrativo, a uma investigação¹¹⁶ onde estudámos

¹¹⁶ O documento pode ser consultado na íntegra no seguinte endereço: <http://www.ciberdemocracia.net/articulos/otrascampanas.pdf>

a forma como a imprensa nacional de referência em Espanha, durante o período de campanha eleitoral das eleições legislativas de 2004, procedeu à cobertura mediática da acção colectiva da cidadania (Sampedro, Carriço Reis e Reis, 2008).

O interesse principal da investigação era perceber empiricamente o agendamento realizado pelos principais jornais espanhóis das acções levadas a cabo pelos agentes colectivos provenientes da sociedade civil/cidadania. Aqui incluímos todas as organizações não-governamentais sem fins lucrativos que operam como agentes políticos, apresentando iniciativas complementares, diferenciadas/alternativas ou substitutivas daquelas desempenhadas pelo Estado. Para nós era importante constatar a cobertura prestada pelos *media* a estes actores sociais, verificando que agenda social propunham, já que “*em consequência da acção dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descuid, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo*” (Shaw, 1979: 96).

A escolha da técnica de análise de conteúdo fazia para nós todo o sentido¹¹⁷, porque permitia o tratamento sistemático de um enorme caudal informativo, pois a cobertura mediática da agenda da cidadania é incrementada exponencialmente em cada campanha eleitoral (tratámos 675 informações relacionadas directamente com o tema, como adiante explicaremos). A importância de escrutinar exaustivamente este discurso é significativa, na medida que importa perceber com elementos de rigor como os *media* analisados dão importância aos discursos menos institucionalizados. Como assinala Mario Diani (1992), as campanhas eleitorais são palcos de mobilização dos actores “*informais*”¹¹⁸ que aproveitam o mediatizado momento de discussão pública

¹¹⁷ À medida que avançámos na análise de agenda social aplicámos também a análise de discurso, para revelar os argumentos principais de cada actor, tema social ou tipo de mobilização tratada mediaticamente. A análise de discurso estuda o sentido daquilo que é dito e não o texto em si mesmo. Esta técnica complementar permitia perceber mais além dos temas tratados e não tratados jornalisticamente, assim como a forma como os jornais expunham o sentido dos argumentos.

¹¹⁸ Por contraposição aos agentes sociopolíticos clássicos; partidos, sindicatos, administrações e demais agentes institucionalizados.

para exporem e denunciarem questões ignoradas ou não solucionadas pelos agentes de poder.

Enquadrado o tema e a perspectiva de análise, importa definir a forma como enfocámos a operacionalização do estudo. Existe, para o efeito, uma certa unanimidade acerca do protocolo de investigação da análise de conteúdo (Bardin, 2011; Krippendorff, 1990; Wimmer e Dominick, 1996):

“Pode dizer-se que o protocolo é, por conseguinte, um procedimento conjunto de normas que guiam tanto as segmentações do corpus segundo o estabelecimento de critérios interpretativos para a sua leitura e observação, como para efectuar o registo mais adequado aos dados, disponíveis depois de um tratamento estatístico ou lógico e para um processamento posterior (o transmutação) em dados de ‘segunda’ e ‘terceira’ ordem”¹¹⁹
(Raigada, 2002: 17).

Isto significa, em rigor, estabelecermos critérios claros que devemos explicar em detalhe no que respeita: à selecção do material que iremos analisar (o nosso *corpus* de análise), à forma como iremos tratar os dados (os fundamentos para o registo da informação) e à sua posterior interpretação em vários níveis analíticos (justificar como chegamos aos nossos dados e como aprofundamos a leitura dos mesmos. A explicação (uma segunda ordem de entendimento) intensifica a necessidade de buscarmos novas explicações (uma terceira ordem). Esta proposta de protocolo analítico está alicerçada em 5 passos cruciais: 1) Constituir o objecto da análise; 2) Estabelecer as regras de codificação; 3) Construir o sistema de categorias; 4) Testar a fiabilidade do sistema codificação-categorização, e por último, 5) Proceder ao processo de inferências (Andréu, 2001):

1) A primeira etapa pressupõe um conjunto de preocupações que se inserem nos mecanismos recorrentes de qualquer abordagem académica e que já identificámos anteriormente, aquando da enunciação dos elementos constituintes do projecto. Materializemos então esses passos. Começemos pela clara

¹¹⁹ Isto é, em dados médio alcance, passíveis de traduzirem a realidade em dimensões compreensíveis.

delimitação do tema de estudo. A nossa proposta recaiu no “*estudo da agenda social ou da sociedade civil, tal como a recolheram os meios de comunicação*” (Sampedro, Carriço Reis e Reis, 2008: 133). Equacionamos este tema com o propósito de aferirmos o sentido que os *media* dão às manifestações da cidadania, já que de forma recorrente o estudo das campanhas eleitorais está muito centrado no entendimento das vozes mais institucionalizadas (partidos, Governo e oposição, sindicatos e outras instituições políticas formais).

Estabelecido o tema de análise, procedemos a um levantamento dos enunciados teóricos que nos permitiam pensar nas distintas dimensões do fenómeno. Ou seja, construímos uma reflexão inicial acerca de como as temáticas da cidadania são tratadas mediaticamente nas campanhas eleitorais. Por forma a evitar equívocos e a balizar o tema de estudo elucidamos o que entendíamos por cidadania e como iríamos abordar a temática:

“Para efeitos de clarificação, neste texto consideramos como tecido social as indivíduos, associações, organizações e movimentos, formais e informais, que se apresentaram como portadores de reivindicações colectivas; digamos, que propunham questões sociais e para além da sua dimensão privada procuravam atenção institucional. Por vezes recorremos ao término de sociedade civil, movimentos, actores sociais ou cidadãos para referirmo-nos a todos estes actores. Interessa-nos, ante tudo, a sua dimensão pública, em concreto mediática; isto é, a presença das suas acções e expressões no que denominamos agenda social ou cidadã que equacionaram os meios de comunicação durante a campanha, na semana anterior à jornada eleitoral e na semana seguinte ao processo eleitoral” (Sampedro, Carriço Reis e Reis, 2008: 134).

Das proposições iniciais derivou uma questão que achámos pertinente para conduzir o estudo: “*que relação foi mantida pela cobertura mediática da agenda social com as agendas eleitorais dos partidos em disputa?*” (Sampedro, Carriço Reis e Reis, 141). Esta interrogação foi ao encontro da meta geral traçada, em que “*pretendemos constatar a capacidade do tecido social frente aos actores mais institucionalizados e ver que movimento ou partido foi mais eficaz para fazer-se visível na campanha*” (Sampedro, Carriço Reis e Reis, 135). Para Berelson (1952), o êxito da análise de conteúdo está no esta-

belecimento das categorias, isto é, na classificação dos conteúdos que iremos tratar (que especificaremos no ponto 3) na justa medida que estas expressam a relação entre e a pergunta de partida e os objectivos.

No que concerne à questão metodológica, optámos por uma abordagem hipotético-dedutiva progressiva que difere da abordagem clássica na medida em que as hipóteses não são formuladas previamente à análise dos dados, mas decorrem da própria análise exploratória desses dados. Foi a leitura inicial dos dados que sugeriu uma série de postulados norteadores que careciam de verificação (hipóteses)¹²⁰ e que refinavam outras suposições já testadas previamente em estudos análogos (Sampedro, 1997, 2000 e 2005). O nosso estudo vem na senda dos trabalhos de Herzberg, Mausner e Synderman (1959), cuja construção categorial decorre de um trabalho em curso sobre os próprios dados do texto já que “*a construção de um sistema de categorias pode ser feita a priori ou a posteriori, ou ainda através da combinação destes dois processos*” (Vala, 2007: 111). Assumimos também, pela nossa recorrência no estudo do tema, as avalizadas observações do metodólogo Martin Bauer (2002:209) alertando para uma realização diacrónica da análise de conteúdo, por forma a se evitarem anacronismos na categorização/codificação (para o efeito comparamos as categorias produzidas neste estudo com os estudos anteriores).

Esta é uma das possibilidades de equacionar uma abordagem metodológica da análise de conteúdo, que assume nesta matéria um sentido dicotómico com os métodos de cariz indutivos. De forma simples, podemos enunciar este “*desencontro*” metodológico da seguinte forma: “a abordagem dedutiva parte de uma teoria, enquanto a indutiva visa chegar à teoria” (Moraes, 1999: 11). São perspectivas diferenciadas de equacionar o trabalho empírico, que devem ser avaliadas dependendo da natureza do tema de estudo.

Essa escolha deve ser realizada na justa medida dos dados existentes em relação à temática em estudo. Uma investigação que tente explorar novas temáticas e inovadores eixos compreensivos é mais propensa a um enfoque metodológico de natureza indutiva. Caso o assunto em debate tenha todo um historial empírico e um debate prévio, uma abordagem dedutiva é uma

¹²⁰ Para um correcto entendimento das hipóteses formuladas ler na íntegra o ponto dois (“análisis preliminar, hipóteses y resultados preliminares”, pp. 135-141) do texto que utilizamos como exemplo: <http://www.ciberdemocracia.net/articulos/otrascampanas.pdf>

adequada abordagem de estudo. Enunciados os procedimentos típicos e justificado o tema de estudo e as metodologias é importante enunciar como afrontaremos empiricamente o estudo.

2) Por forma a estabelecer critérios para o tratamento dos dados, três aspectos assumem inusitado protagonismo na codificação de uma análise de conteúdo: a) unidade de amostra; b) unidade de registo e c) a unidade de contexto;

a) A unidade de amostra¹²¹ pressupõe um processo de selecção do material que será escrutinado num dado período de tempo. São as porções de realidade observada (Krippendorff, 1990: 82). É nesta fase que equacionamos as unidades que constituirão o nosso *corpus* analítico e justificamos a razão do mesmo. Na nossa investigação seleccionámos três jornais da imprensa escrita de referência espanhola: *El País*, *El Mundo* e *ABC*.¹²² Estes jornais, pela sua implementação no mercado jornalístico e pelo seu reconhecimento social produzem um efeito de arrasto mediático em relação aos outros meios de comunicação (Reig, 1998: 154). Considerámos as publicações compreendidas entre o dia 1 de Março (três dias depois do arranque da campanha eleitoral) e o dia 21 de Março de 2004 (uma semana depois da votação). As campanhas eleitorais correspondem a um tipo de “*amostragem por conveniência*” muito comum nos estudos de análise de conteúdo:

“A amostragem estratificada não proporcional tem a vantagem de poder colocar em evidência um estrato da amostra que tenha particular importância. Por exemplo, suponha-se que se está a estudar a imagem de

¹²¹ Para uma leitura detalhada dos processos de amostragem na análise de conteúdo recomendamos as leituras de Bauer (2002: 196-198), Sousa (2006: 664-669) e Guerra (2012: 42-48).

¹²² As unidades amostrais podem assumir os mais variados contornos. Para não ficarmos circunscritos somente ao exemplo do texto, proponho outras possibilidades. Poderíamos seleccionar um conjunto de cartas ou correspondência trocada num dado momento, que nos permitiria caracterizar um período histórico. Podíamos também realizar uma análise de conteúdo a letras de canções. Para o efeito poderíamos equacionar um dado género musical (num período de tempo determinado), do qual poderíamos extrair as principais preocupações sociais manifestadas por esta forma de expressão cultural. Seria também possível aplicar a análise de conteúdo aos graffitis de uma dada área de uma dada cidade. E por aí fora...

Moçambique na imprensa portuguesa e que houve um período em que a imprensa cobriu significativamente Moçambique por causa de um determinado acontecimento. Seria interessante eleger esse período corrido para amostragem e eleger igualmente uma amostra construída de um período idêntico, inclusivamente para efeitos de comparação” (Sousa, 2006: 667).

Para efeitos comparativos bastaria levar em linha de conta os estudos que escrutinam a agenda da cidadania noutras campanhas eleitorais, realizando uma revisão bibliográfica que nos permitiria radiografar como estes jornais dão cobertura à agenda da cidadania fora dos espaços de campanha eleitoral, o que nos daria de forma complementar uma ideia mais criteriosa da importância dada pelos *media* aos agentes da cidadania para além dos períodos eleitorais.

b) A unidade de registo obedece em concreto ao mecanismo que permite decompor o complexo material de análise. São elementos concretos que se categorizam, ou seja, podem ser registados (Krippendorff, 1990). Para seleccionarmos estas unidade determinamos as palavras (ou família de palavras), os temas, os conceitos, os símbolos que iremos tratar, assim como estabelecemos os critérios onde a dita recolha se fará (que discurso jornalístico será contemplado e em que localização concreta dos periódicos¹²³).

No nosso caso concreto identificámos todos os textos informativos¹²⁴ que tratavam de acções colectivas e actores sociais. Em primeiro lugar localizámos os jornais constituintes da amostra numa hemeroteca (repositório de revistas

¹²³ As unidades de registo são os elementos que podemos isolar da já constituída unidade de amostra e que nos permitem proceder a um registo e análise do material. Devo determinar o que quero escutinar do material seleccionado. Posso querer perceber o conteúdo atendendo as temáticas tratadas (então selecciono frases ou expressões directamente relacionadas com aquilo que quero estudar). Posso querer aferir características de dados actores sociais (registo todo o texto que me pode dar pistas acerca das suas acções, formas de pensar). Posso querer aferir como é tratado determinado conceito (procuro a forma como este é representado). Todos estes aspectos podem ser aplicados em indistintos assuntos que recorram a análise de conteúdo.

¹²⁴ De forma complementar aplicámos a técnica de análise de discurso aos editoriais e aos artigos de opinião assinados. Aplicámos este critério com o intuito de identificarmos se as publicações assumem posicionamentos ideológicos nas suas linhas editoriais e nos artigos de opinião.

e jornais) e, de seguida, liamos na íntegra cada uma das edições e apenas eram seleccionadas para a nossa amostra as peças jornalísticas que no seu título, lide (é a primeira parte da notícia, que geralmente aparece destacada do restante corpo da peça informativa) e primeiro parágrafo fizessem referência expressa a movimentos sociais ou acções e reivindicações colectivas em relação com a campanha eleitoral. Apenas os textos com as características que acabámos de enunciar constituíam os nossos elementos passíveis de registo e análise. Fotocopiámos todas as peças informativas das versões impressas dos jornais e compilámos todos os dados num caderno de notícias, organizado cronologicamente. Este *dossier* é de extrema utilidade, já que no processo de análise e posterior reanálise dos dados (como explicaremos mais adiante no texto), precisaremos de ter os dados disponíveis para novas consultas (importa salientar que o trabalho de análise de conteúdo é um vai e vem sobre os dados). De modo exemplificativo, mostramos alguns títulos das notícias seleccionadas:

Título da notícia: “Milhares de estudantes protestam na rua contra a política educativa do Governo” (*El País*, 5/III/2004,p.36).

Título da notícia: “Milhares de trabalhadores dos estaleiros navais de Izar pedem em Madrid mais horas de trabalho” (*El Mundo*, 6/III/2004, p.42).

Título da notícia: “Os madrilenos na rua contra o horror” (*ABC*, 12/III/2004).

No total apurámos 675 unidades de registo, distribuídas da seguinte forma: *El País* (282 peças); *El Mundo* (206 peças); *ABC* (187 peças). Daqui podemos extrair um primeiro indício, que a visibilidade dada pelos jornais a temas da sociedade civil é assimétrica, o que já nos suscita uma primeira questão para a análise de conteúdo; a visibilidade informativa dada à agenda social depende de que critérios jornalísticos?

c) A unidade de contexto faz com que o investigador coloque as informações numa leitura mais ampla do texto recortado. A análise de dados em contexto tem como objectivo inferir o significado dos dados com critério de validade (Krippendorff, 1990), ou seja, não poderei perceber o real sentido de uma unidade de forma isolada, na medida que ela só é passível de ser analisada

porque foi extraída de um dado enquadramento. A análise de conteúdo é por defeito multidimensional, porque solicita ao investigador uma compreensão social, histórica e política do tema escrutinado. Depois da decomposição do fenómeno em unidades de registo, para que seja possível a sua observação criteriosa, é preciso de novo reconstruir as peças do “puzzle” para não cairmos no erro das leituras parciais e segmentadas.

Usemos o nosso caso concreto, atendendo ao que se produziu na campanha eleitoral espanhola de 2004, que aqui escrutinamos desde a análise de conteúdo. Não podíamos produzir uma interpretação global dos factos sem assumir aspectos de natureza estrutural: a configuração do contexto mediático espanhol (a relação entre *media* e política), o histórico eleitoral do país e uma nítida noção da configuração do sistema político. De igual forma, deveremos estar atentos para sabermos equacionar aspectos de natureza contingencial que possam condicionar a interpretação dos factos, como foi o “caso excepcional” (Grossi, 1985) ocorrido em plena campanha eleitoral (fazemos referência ao atentado terrorista do 11-M¹²⁵). Decidimos tomar esse acontecimento de enorme relevância para o desenrolar da campanha, como um imperativo contextual para entendermos a dinâmica do fenómeno em análise¹²⁶. Marcou de forma indelével o que restava de campanha eleitoral e os dias seguintes de pós-campanha, de tal forma que se constituiu como o tema recorrente das capas dos jornais em análise. Ora, na análise de conteúdo de jornais, um dos elementos que assume essa preponderância contextual é a capa do jornal, na justa medida em que ajuda a traduzir a importância editorial conferida a um assunto (conferindo-lhe relevância social). O atentado do

¹²⁵ No dia 11 de Março de 2004 (11-M) uma célula terrorista da Al-Qaeda perpetró um atentado em larga escala em Madrid, tendo para o efeito detonado explosivos em comboios de passageiros que faziam os transcurros interurbanos na capital espanhola. O assunto gerou um aceso debate político na campanha eleitoral, pois o governo do Partido Popular em funções atribuiu de imediato a responsabilidade material do acto ao grupo terrorista espanhol ETA, sem ter para o efeito provas fidedignas das autoridades competentes.

¹²⁶ Estabelecemos de forma complementar, como critério contextual exógeno ao próprio corpus, os barómetros do centro de investigação sociológica espanhola (CIS) no que concerne ao levantamento dos problemas que mais preocupavam os espanhóis durante o período por nós escolhido para análise. Desta forma, queríamos perceber se existia uma correlação entre o pulsar da opinião pública e a opinião publicada (ver para efeito o anexo II do exemplo utilizado).

dia 11 de Março (que a figura 1 detalha) marcou um antes e depois no processo eleitoral, logo, a nossa lógica interpretativa teria de assumir a centralidade desse acontecimento.

Figura 1. Primeiras capas dos jornais em estudo após os atentados de 11 de Março de 2004 em Madrid



Fonte: Elaboração própria

Decidimos proceder à organização dos dados codificados partindo de uma segmentação temporal, em que os acontecimentos do dia 11 de Março marcariam um marco na compreensão dos conteúdos em análise. Identificámos para o efeito, três períodos diferenciados. Num primeiro momento (T1), de pré-atentado, atendemos aos discursos mediáticos contemplados entre o dia 1 de Março até ao dia 11 de Março, aquando da suspensão da campanha eleitoral, por comum acordo de todos os partidos e em consequência do atentado. Num segundo momento (T2) contemplámos os dias 12 (manifestação institucional de repúdio ao acto terrorista), 13 (dia de reflexão e de desobediência civil) e o dia 14 de Março (dia das eleições). Considerámos este subperíodo analítico pela importância dos acontecimentos ocorridos, que foi o momento de maior concentração de peças jornalísticas, em que todos os diários analisados alçaram o seu *climax* de cobertura eleitoral (como podemos ver abaixo no quadro 1).

Por último, considerámos um terceiro momento (T3), contemplado entre os dias 15 e 21 de Março, que corresponde ao período pós-eleitoral. Analisámos que especial atenção os discursos mediáticos produzidos acerca das mobilizações sociais decorrentes do período eleitoral mereceram nos órgãos de comunicação em análise. No total analisámos 21 dias que englobaram a pré-campanha eleitoral, a campanha e o período pós-eleitoral, fortemente marcados pelos ataques terroristas de 11 de Março.

Definida a natureza concreta da investigação, estabelecemos as regras de classificação dos dados. Tratar o material é codificá-lo. A codificação constitui o processo segundo o qual classificamos os dados brutos do texto, seleccionando um conjunto de frases, expressões que representem um determinado indicador de um conceito que estamos a analisar (Bardin, 2011). Na prática, implica que o investigador estabeleça um conjunto de critérios para olhar para o seu tema de estudo e estabeleça um procedimento (através de uma grelha/matriz) onde registe de forma sistemática a sua interpretação.

Para o efeito, o investigador deve levar em linha de conta alguns aspectos preponderantes para o tratamento do material (Bardin, 2011: 134-137). Se o tema de estudo é tratado (constatamos a sua presença), importa registar o número de vezes que os assuntos aparecem directamente relacionados com o tema em estudo (desta forma registamos a sua frequência). O somatório das peças que versam acerca dos mesmos temas ou actores sociais podem ser bons pontos de partida para a análise, já que assinalam os protagonistas com maior ou menor visibilidade (ou até invisibilidade). Utilizando esta lógica pudemos constatar no nosso estudo que os jornais em análise, quando enfocavam os temas da agenda social, davam maior visibilidade aos promotores sociais comparativamente aos actores políticos (como podemos ver pelo quadro 1 abaixo).

Quadro1. Percentagem da cobertura em cada jornal, segundo os promotores da notícia

Promotores	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>ABC</i>
Sociais	62,5%	66,9%	70.9%
Políticos	37,5%	33.1%	29,1%

Fonte: *Elaboração Própria*

Mas a esta primeira observação de natureza mais quantitativa, devemos somar leituras de ordem qualitativa, pois a tradução numérica de um dado fenómeno pode suscitar falsas evidências. Os números não falam por si só, necessitamos perceber a sua real natureza explicativa. Um bom exercício complementar é significar qualitativamente os conteúdos, aferindo os argumentos utilizados para detalhar o fenómeno (assim percebemos a intensidade de determinados significados). De forma complementar, podemos olhar para essa estrutura argumental (com que ordem aparecem os sentidos argumentativos). Descodificando a questão dos promotores de uma forma qualitativa, percebemos o engano numérico. Partindo da análise de conteúdo das unidades de registo, percebemos que existia uma instrumentalização política da cobertura social por parte dos jornais, já que os “protagonismo” dado aos agentes da cidadania era utilizado para que o jornais pudessem esgrimir argumentos mais pró-governamentais (*El Mundo* e *ABC*) ou anti-governamentais (*El Pais*). A referência aos promotores sociais foi uma estratégia jornalística para promover alinhamentos ou desalinhamentos como os partidos políticos e o Governo, pervertendo desta forma a cobertura da agenda social.

Na relação directa com a questão anterior devemos aferir a direcção do texto analisado, compreendendo se existe um enfoque valorativo do tema em estudo (percebemos se é dado um sentido positivo, negativo ou neutro à informação). Em sintonia com a explicação anterior os jornais punham o seu foco interpretativo da notícia de acordo com as suas lealdades políticas. Os jornais mais pró-governamentais desconsideravam as manifestações da sociedade civil (dando-lhe um tom crítico e negativo) ou potenciando uma cobertura neutral, deslegitimando o sentido de impacto social da manifestação. Por outro lado, o jornal que assumia um tom maispositor ao poder governativo arremessava as manifestações contra o exercício governativo, dando-lhes ênfase.

Mas como chegámos nós a estas constatações? Tratando todas as unidades de registo de forma metódica, codificando os dados numa grelha de análise como aquela que se apresenta no quadro 2. Codificámos de forma exemplificativa, na primeira linha desse quadro (ver para o efeito as instruções contidas nas notas de rodapé), a notícia que destacámos abaixo e que fazia parte do nosso *corpus* de análise.

Dos millones de estudiantes salen a la calle por la enseñanza pública

ABC

MADRID. Los candidatos a la presidencia del Gobierno no van a ser los únicos protagonistas de la campaña electoral. Ayer quiso sumarse un nuevo actor: más de dos millones de estudiantes expresaron públicamente su voto y corearon en diversas manifestaciones celebradas en ciudades de toda España los defectos de la Ley Orgánica de Calidad de la Educación (LOCE) y las virtudes de la enseñanza pública. Como siempre, baile de cifras. Para el Sindicato de Estudiantes, convocante de las concentraciones, secundaron el paro más de dos millones de alumnos de Secundaria, Bachillerato y Formación Profesional; para el Gobierno, sólo fue un 20 por ciento del alumnado.

La huelga se dirigió contra la política «de recortes educativos, privatización y segregación» del PP, según los convocantes. A su juicio, el éxito de la iniciativa demostró un rechazo «masivo» a la Prueba General de Bachillerato (PGB) y el «adoctrinamiento» religioso. En total, se produjeron unas 50 manifestaciones, siendo las de Madrid y Barcelona las más concurridas.

A notícia de dia 5 de março de 2004 do jornal *ABC*, na página 50 do diário fazia menção a uma manifestação de estudantes, logo é parte constituinte do nosso *corpus* de análise. Como codificar então esta notícia? Inscrevendo nas categorias (ver explicação da sua composição no ponto 3) da grelha de análise os respectivos códigos que nos permitem registar de forma célere as notícias. Sendo assim, importa saber que actores sociais são referenciados como desencadeadores da informação (que designamos por promotores). Neste caso o jornalista faz referência aos estudantes (que são os agentes mobilizadores da sociedade civil), mas também fala em governo e no Partido Poular (PP). O tema é exclusivamente educativo com uma polarização neutra, já que o jornalista apresenta uma interpretação equidistante do problema quando refere que os dados tiveram duas leituras diferenciadas (por parte dos manifestantes e do governo). A restante codificação inscreve esta peça jornalística como notícia breve sem grande visibilidade (sem acompanhamento gráfico e chamada a primeira página (e assim por diante para as outras 674 peças analisadas neste estudo).

Quadro2. Grelha de análise usada para codificar as peças jornalísticas do estudo

Nº Notícia ¹²⁷	Dia ¹²⁸	Jornais ¹²⁹	Promotores ¹³⁰	Movimentos Sociais ¹³¹	Temas ¹³²	Polarização ¹³³	Posicionamento ¹³⁴	Acompanhamento visual ¹³⁵	Extensão ¹³⁶
1	5/03	3	1, 4, 5	2	3	3	2	2	1
2									
3									
4									
675									

Fonte: *Elaboração Própria*

¹²⁷ Cada notícia selecionada para a amostra deve ser numerada sequencialmente, para podermos ter monitorizado o número total de unidades analisadas.

¹²⁸ Identificação de cada peça jornalística pela data de publicação.

¹²⁹ Jornais analisados no estudo (1. El País / 2. El Mundo / 3. ABC).

¹³⁰ Identificámos os promotores que apareceram referenciados nas notícias (1. Partido Popular / 2. Partido Socialista Obrero de España / 3. Izquierda Unida / 4. Movimientos, Actores Sociales / 5. Gobierno).

¹³¹ Movimentos sociais com relevância analítica (ver a extensa lista no anexo 1 do capítulo que nos serve de exemplo: <http://www.ciberdemocracia.net/articulos/otrascampanas.pdf>).

¹³² Temas preponderantes na campanha eleitoral (ver a extensa lista no anexo 1 do capítulo que nos serve de exemplo: <http://www.ciberdemocracia.net/articulos/otrascampanas.pdf>).

¹³³ Aferimos o sentido do tratamento da notícia em relação aos promotores/assuntos tratados (1. Positivo / 2. Negativo / 3. Neutro).

¹³⁴ Se a unidade era retratada em primeira página (1. Sim / 2. Não)

¹³⁵ Se a peça tinha acompanhamento fotográfico (1. Sim / 2. Não)

¹³⁶ Aferíamos a extensão da notícia (1. <que 1/4 página / 2. Até 1/2 página / 3. Até 1 página / 4. > que 1 página).

3) Selecionado o material e os respectivos critérios de tratamento dos conteúdos, construímos as etiquetas que nos permitiram classificar os dados no quadro 2, agrupando os mesmos por analogia. Para o efeito, a categorização deve obedecer a três princípios básicos: **Exaustividade**, por forma a ser o mais abrangente possível em relação ao tema de análise. Um segundo princípio é o da **exclusividade**, em que cada categoria deve apenas permitir classificar um dado por categoria (evitando ambiguidades). E um terceiro princípio é que as categorias devem ser **claras e replicáveis**, isto é, suficientemente óbvias e consistentes para serem aplicadas em estudos similares.

Uma boa forma de garantir o valor heurístico (que possibilite um verdadeiro levantamento de dados) da categorização é definir os critérios subjacentes à criação das categorias no denominado Manual de Codificação¹³⁷. Devemos para o efeito começar por explicar a natureza do *corpus* em análise, discriminando seguidamente as respectivas unidades de análise e, por fim, indicando de forma clara as instruções para o preenchimento das fichas/grelhas de análise como exemplificámos no quadro 2 (onde registámos a análise dos dados) (Andréu, 2001: 18).

Construímos esta grelha de análise¹³⁸ em resultado de uma reflexão conceptual acerca da cobertura jornalística da agenda social e de uma primeira leitura das notícias relativas ao período definido. Desta forma, fomos percebendo os principais actores implicados e as questões que poderiam ter maior relevância para o estudo. Esta foi a forma encontrada para recortarmos o enfoque, já que “as categorias são aplicadas ao material empírico, não são necessariamente extraídas dele, embora sejam repetidamente confrontadas com ele e, se necessário, modificadas. O objectivo é, neste caso, e contrariamente a outras abordagens, a redução do material” (Flick, 2005: 193). Posto isto, importa aferir se o seguimento do protocolo se apresenta como fiável, como debateremos no ponto seguinte.

4) Concordamos com Vala (2007: 116) quando este afirma que “*não há questões de validade específicas da análise de conteúdo. Como em qualquer*

¹³⁷ Veja-se para o efeito o Anexo 1 do seguinte documento: <http://www.ciberdemocracia.net/articulos/otrascampanas.pdf>

¹³⁸ Assim como as outras grelhas complementares que analisam as edições especiais dos jornais saídas após o atentado de dia 11 de Março (ver V1 e V2 no Anexo I do texto exemplificador).

outro procedimento de investigação, também neste o investigador deve assegurar-se e deve assegurar aos seus leitores de que mediu o que pretendia medir”. Mas para que possamos validar estes enunciados de segurança realizamos algumas tarefas de controlo. No nosso caso concreto, como operámos com multi-codificadores (3 investigadores classificaram notícias) realizámos alguns procedimentos na tentativa de minimizarmos os riscos de distorção na interpretação das notícias. Optámos, em primeiro lugar, por construir a nossa grelha de análise e elaborar o nosso manual de codificação de forma colectiva, o que potencialmente reduz os erros de codificação. Posteriormente realizámos, conjuntamente, exercícios prévios da interpretação dos dados, para afinar os procedimentos de análise e classificação.

Depois destes primeiros passos, testámos outros indicadores de fiabilidade. O primeiro critério é o da **estabilidade**, fazendo para o efeito cada codificador, com intervalos temporais de uma semana, a recodificação do material codificado (Bauer, 2002: 206). Para este propósito seleccionámos 10% do total das notícias classificadas e atendemos ao grau de coincidência entre o primeiro e o segundo momento. Como resultado obtivemos para os 3 codificadores valores acima dos 90%, permitindo este pré-teste validar a consistência na codificação.

O segundo critério é o da **reprodutibilidade**, em que os diferentes codificadores chegam ao mesmo resultado interpretando as unidades de registo classificadas pelos outros investigadores (obtivemos uma concordância elevada (0,8) no α de Krippendorff¹³⁹). Resumindo:

“Estabelecer fidedignidade implica alguma duplicação de esforço: a mesma pessoa pode fazer uma segunda interpretação depois de um intervalo de tempo (para determinar fidedignidade intrapessoal, consistência, estabilidade), ou duas ou mais pessoas podem interpretar o mesmo material simultaneamente (fidedignidade interpessoal, concordância, reprodutibilidade). Índices de fidedignidade – phi, kappa ou alpha – medem a concordância entre codificadores em uma escala de 0 (não concordância) a 1 (concordância plena), ponderados em relação a probabilidade” (Bauer, 2002: 206).

¹³⁹ Podem usar para efeitos de cálculo a seguinte ferramenta: <http://dfreelon.org/utills/recalfront/>

5) Por último, falemos do processo inferencial, que pode ser traduzido como o exercício de construir explicações plausíveis partindo dos dados que foram sistematizados. Este procedimento obedece a um intrincado procedimento entre texto e contexto (Krippendorff, 1990). Como assinalam Raigada (2002) e Moraes (1999), a verdadeira análise de conteúdo não é a leitura metódica da mensagem, mas sim a mensagem contextualizada no seu sistema de produção. Ou seja, é necessário perceber o sentido do texto como uma construção social que necessita de ser decodificada. Que sentido lhe quisessem dar aqueles que produziram o sentido da mensagem? Devemos procurar a dimensão subtextual e latente do enunciado. O contexto sócio histórico é definidor do sentido do próprio texto, já que “*o momento em que algo foi dito pode ser mais importante que o que foi dito*” (Bauer, 2002: 213). Uma boa lógica para atender a um processo inferencial é interpretar a mensagem não pela mensagem, mas como fruto de um sistema complexo de relações sociais. Devemos atender a sua interpretação na relação directa de um discurso produzido para quem se destina (aí teremos a observância do receptor). Decifrando simbolicamente (código) e cifrando as significações (sistemas de valores, relações sociais e universos mediados) produzidas por uma dada via ou canal (Lasswell, 2009).

Como pôr estes enunciados em prática? Devemos começar a leitura dos dados atendendo às pistas de natureza descritiva. Olhemos para a grelha de análise e procuremos umas primeiras tendências explicativas. Realizemos uma primeira análise atendendo às categorias que assumem uma explicação de natureza mais abrangente para a compreensão do fenómeno (aquelas que, de alguma forma, estão directamente relacionadas com a pergunta de partida). No nosso caso fazia todo o sentido equacionar a categoria temática como prioritária, já que o número de vezes que um dado assunto é enunciado (verificando as frequências)¹⁴⁰ traduz o sentido da

¹⁴⁰ Usámos para o tratamento da análise de conteúdo o programa SPSS, donde pudemos extrair do banco de dados (usamos para o efeito as categorias contidas no quadro 2) os valores absolutos por cada uma das variáveis codificadas. De igual forma, o programa permite realizar cruzamento de dados das categorias codificadas. Como exemplo, foi para nós muito relevante o cruzamento da categoria jornais com a de temas, que nos permitiu perceber a agenda mediática de cada meio em relação aos temas de agenda da cidadania.

cobertura mediática dos jornais, logo do sentido da sua agenda. Esta nossa opção metodológica permitiu-nos reduzir o número de dados, pois apenas seleccionámos as temáticas que assumiram um maior protagonismo como resume o quadro 3.

Quadro 3. Principais temas das agendas da cidadania nos jornais estudados, segundo os períodos temporais considerados (em número absolutos de peças jornalísticas codificadas)

Períodos / Jornais	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>ABC</i>
T1 (período pré-atentado)	Emprego (38) Violência de género (23) Educação (17)	Emprego (30) Violência de género (26) Imigração (12)	Emprego (23) Violência de género (16) Educação (10)
T2 (período eleitoral)	Terrorismo (55) Voluntários (19)	Terrorismo (46) Voluntários (21)	Terrorismo (45) Voluntários (9)
T3 (período pós-eleitoral)	Terrorismo (35) Imigração (14)	Terrorismo (7) Imigração (5)	Terrorismo (34) Imigração (11)

Fonte: Elaboração própria

Feita a primeira triagem dos dados, devemos começar a traçar as primeiras pistas explicativas. Um primeiro facto é que existe uma sintonia temática entre os jornais. Esta constatação é recorrente nas análises comparativas dos meios comerciais, já que as prioridades da cobertura das notícias são similares por uma questão de normalização das rotinas jornalísticas (os jornais de referência priorizam na sua cobertura os temas com maior visibilidade e de natureza institucional). Mas se as temáticas se assemelham tanto importa tentar perceber em que medida os tratamentos informativos obedecem a essa mesma lógica ou apresentam *nuances* interpretativas. Importava, por isso, partir dos factos que poderiam ser previamente coincidentes e depois comparar cada uma das agendas dos jornais, explanar a possibilidade de existirem variações para a cobertura das temáticas (ver o sentido exaustivo desta análise em Sampedro, Carriço reis e Reis, 2008: 151).

Seguidamente procurámos uma análise de complementaridade na observância de um sentido semântico, tentámos verificar em que medida é que

existira uma relação entre os temas descritos acima e daí se produz uma estrutura discursiva¹⁴¹.

A realidade em análise pode dar-nos pistas explicativas acerca de um dado discurso, que se reproduz mediante determinados padrões e que reconhecemos como estável (inferimos uma compreensão de um sistema, uma instituição ou conseguimos detectar uma dada standardização ou a produção de um estereótipo). A modo de exemplo, constatámos de forma muito significativa, a partir da relação e do cruzamento dos dados, “*que as agendas promovidas pelo tecido social o pela cidadania foram traduzidas ou postas na boca de ventríloquos políticos melhor instalados: os políticos e os comentaristas jornalísticos; entre os quais às vezes resultava difícil de distingui-los. Maior presença informativa do tecido social não supôs uma melhoria das suas condições para intervir numa deliberação democrática (...)*” (Sampedro, Carriço Reis e Reis, 2008: 191). Daqui decorre uma clara leitura de representação simbólica dos actores sociais estudados na campanha eleitoral. Constatámos que os meios de comunicação hierarquizam as suas fontes, dando maior relevância e transcendência a todos os discursos que procedam de uma representação institucional formal. A esses é-lhes concedido discurso directo, sendo escutados em primeira pessoa.

No tocante aos actores da cidadania, a tendência da narrativa jornalística é assumi-los como sujeitos desde uma voz passiva, ou escutando porta-vozes que os representem. A imagem que se constrói para os leitores, ou seja a representação social da cidadania que fazem os *media*, é de uma clara subalternização destes actores, numa dependência directa dos agentes do poder e das suas agendas políticas. Constatámos, de forma complementar, que os actores da sociedade civil com maior visibilidade (que apareciam em mais peças jornalística) obedeciam de igual forma a posições sociais mais institucionalizadas e de reconhecimento público. O foco das acções das agendas sociais era posto de forma mais incisiva quando os promotores eram figuras públicas. Partindo dessas premissas procedemos de forma detalhada ao desdobramento dos dados, suportados pelos dados obtidos pela codificação (para se perceber

¹⁴¹ De forma mais complexa, podemos derivar da produção deste discurso para uma análise de redes, ou seja, ver em que medida determinados discursos/conceitos/temas/actores têm a capacidade de condicionar ou impor um dado sentido a todo o debate público (Andréu, 2001).

de forma exaustiva a lógica da explanação de dados, é recomendável ler na íntegra o artigo que serve de suporte exemplificativo a este capítulo¹⁴²).

Mas em que medida sabemos que os resultados alcançados são relevantes? Os dados são válidos na justa medida em que conseguimos extrair conclusões óbvias e com sentido (validade nominal) e em que os resultados obtidos são significativos para a compreensão de um dado fenómeno (validade social) se comparados com investigações efectuadas acerca desse mesmo fenómeno (Alonso, Volkens e Gómez, 2012 e Bauer, 2002). No nosso caso “os meios estudados manifestaram o modelo de “pluralismo polarizado” que já assinavam Hallin e Mancini (2004)¹⁴³ (...) um modelo que neste caso se manifesta como uma bipolarização frentista aos grandes partidos que disputavam as eleições” (Sampedro, Carriço Reis e Reis, 2008: 191).

Constatámos empiricamente, uma vez mais, que os meios de comunicação massivos têm como matriz jornalística na cobertura do debate eleitoral um enfoque elitista/institucional. Tal facto consubstancia-se na amplificação dos discursos dos partidos que se assumem histórica e sociologicamente como os putativos vencedores eleitorais das eleições espanholas. Percebemos com este estudo que as agendas do tecido social, promovidas pelos meios de referência, não são por isso a expressão dos verdadeiros anseios da sociedade civil. Toda a conclusão de um trabalho de natureza empírica deverá explicitar em que medida reafirma as considerações anteriores e, de igual forma, que novas evidências consegue aportar ao debate.

E no final de contas, que extraímos de um conteúdo em análise?

Apurados os procedimentos da análise de conteúdo, uma característica salta à vista. Estamos diante de um proceder técnico e metodológico marcado por um nítido protocolo empírico. Poderia decorrer daqui uma formulação lógica, que diante de uma técnica recheada de passos e instruções matriciais, facilitaria uma certa aplicação analítica. Mas a realidade parece

¹⁴² <http://www.ciberdemocracia.net/articulos/otrascampanas.pdf>

¹⁴³ Ver para o efeito; *Comparing Media Systems*. Cambridge: University Press.

contrariar esta lógica. De forma recorrente assistimos a manuseamentos perigosos dos conteúdos. E que razões podem estar por detrás deste inquirir epistemológico?

Começemos pelo espectro que trespassa muito dos exercícios de investigação, mais além da análise de conteúdo: a total ausência explicativa dos caminhos e escolhas para o estudo do fenómeno. Bourdieu não se cansou de enunciar o problema. Retenho de uma das suas palestras uma poderosa metáfora: precisamos urgentemente de mostrar as nossas cozinhas metodológicas. Onde estão as receitas e os utensílios da prática investigativa? Em muitos casos, ocultos. Retemos repetidas vezes as conclusões, mas sem que possamos perceber os enunciados que conduzem às opções da prática e os passos intermédios que consubstanciam a validade operativa.

As análises de conteúdo estão recorrentemente vazias de critérios e justificações. Podemos afirmar que a maior virtude da análise de conteúdo se converteu na sua principal fraqueza. Confunde-se “*imaginação sociológica*”¹⁴⁴ com sociologia imaginativa, já que “*a categorização é sem dúvida, uma das etapas mais criativas da análise de conteúdo. Entretanto, seja com categorias definidas a priori, seja com uma categorização a partir dos dados, o estabelecimento de categorias necessita obedecer a um conjunto de critérios*” (Moraes, 1999: 7).

A ausência de critérios de protocolo está muitas vezes fundado nessa opacidade da linguagem, que turva os conceitos e os procedimentos num discurso fechado e sem exemplificação, que é certamente o que possibilita uma real compreensão da aplicação efectiva da análise de conteúdo.

Referências

- Alonso, S.; Volkens, A. e Gómez, B. (2012). *Análisis de contenido de textos políticos. Un enfoque cuantitativo*. Madrid: CIS.
- Andréu, J. (2001). Las técnicas de análisis de contenido: Una revisión actualizada. (Documento de trabalho S2001/03). Centro de estudios andaluces.

¹⁴⁴ Ler para o efeito o texto clássico do sociólogo Charles Wright Mills (1982). *A imaginação sociológica*. Rio de Janeiro: Zahar.

- Recuperado em 2 de Março de 2010. Obtido em <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>
- Bardin, L. (2011). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Bauer, M. (2002). Análise de conteúdo clássica: uma revisão. Em M. Bauer e G. Gaskell (Eds). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes, pp. 189-217.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. New York: Hafner.
- Bourdieu, P.; Chamboderon, J-C. e Passeron, J-C. (2000). *A profissão de sociólogo*. Petrópolis: Vozes.
- Carriço Reis, B. (2009). De la dictadura a la democracia; recuerdos y olvidos de la transición política española. Medios de comunicación y reconstrucción de la(s) memoria(s) colectiva(s) en España. Dissertação de doutoramento não publicada, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (Brasil) e Universidad Rey Juan Carlos de Madrid (Espanha).
- Demaziere, D. e Dubar, C. (1997). *Analyser les entretiens biographiques. L'exemple de récits d'insertion*. Paris: Nathan.
- Denzin, N. (1970). *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. Chicago: Aldine.
- Denzin, N. e Lincoln, Y. (Eds.) (2000). *Handbook of qualitative research*. Thousand Oaks: Sage publications.
- Denzin, N. e Lincoln, Y. (2008). *Collecting and interpreting qualitative materials*. Los Angeles: Sage
- Diani, M. (1992). The Concept of Social Movement. *Sociological Review*, 40, pp. 1-25.
- Durkheim, E. (1999). *Da divisão do trabalho social*. São Paulo: Martins Fontes.
- Flick, U. (2005). *Métodos qualitativos na investigação científica*. Lisboa: Monitor.
- Grossi, G. (1985). *Rappresentanza e rappresentazione*. Milan: Franco Angel.
- Guerra, I. (2012). *Pesquisa Qualitativa e Análise de Conteúdo. Sentidos e formas de uso*. Parede: Princípia.
- Herzberg, F.; Mausner, B. e Synderman, B. (1959). *The motivation to work*. New York: Wiley.
- Holsti, O. (1969). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. London: Addison-Wesley.

- Kelle, U. (2002). Análise com auxílio de computador: codificação e indexação. Em M. Bauer e G. Gaskell (Eds). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes, pp. 393-415.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido*. Barcelona: Paidós.
- Kronberger, N. e Wagner, W. (2002). Palavras-chave em contexto: análise estatística de textos. Em M. Bauer e G. Gaskell (Eds). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes, pp. 416-442.
- Lasswell (2009). A estrutura e a função da comunicação na sociedade. Em P. Esteves (Org.). *Comunicação e Sociedade*. Lisboa: Horizonte, pp. 51-62.
- Lippman, W. (1997). *Public Opinion*. New York: Free Press.
- Moraes, R. (1999). Análise de conteúdo. *Revista Educação* (Porto Alegre), 22 (37), pp. 7-32.
- Lombard, M., Snyder-Duch, J., e Bracken, C. (2002). *Content analysis in mass communication: assessment and reporting of intercoding reliability*. *Human Communication Research*, 28(4), pp. 587-604.
- Moscovici, S. (1979). *El Psicoanálisis, su imagen y su publico*. Buenos Aires: Huemul.
- Raigada, J. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística*, 3 (1), pp. 1-42.
- Reig, R. (1998). *Medios de comunicación y poder en España*. Barcelona: Paidós.
- Sampedro, V. (1997). *Movimientos sociales. Debates sin mordaza. Desobediencia civil y servicio militar (1970-1996)*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales-BOE.
- Sampedro, V. (2000). Media, social movements and history: an agenda-building case study. Em D. Fleming (Ed.) *Formations: 21st Century Media Studies Textbook*, Manchester: Manchester University Press, pp. 331-346.
- Sampedro, V. (2004). Identidades mediáticas e identificaciones mediatizadas. Visibilidad y reconocimiento identitario en los medios de comunicación. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, nº 66-67, pp. 135-149.
- Sampedro, V. (2005) (Ed.). *13-M: Multitudes on line*. Madrid: Libros de La Catarata.
- Sampedro, V.; Carriço Reis, B. e Reis, A. (2008). "Las otras campañas". Ciudadanía y acción colectiva en periodo electoral. Em V. Sampedro (Ed.).

- Medios y elecciones 2004. La campaña electoral y “las otras campañas”*. Madrid: Editorial Ramón Areces, pp. 165-244.
- Santos, J. (2001). *Comunicação*. Lisboa: Prefácio.
- Shaw, E. (1979). Agenda-Setting and Mass Communication Theory. *Gazette. International Journal for Mass Communication Studies*, XXV (2), pp. 96-105.
- Sousa, J. (2006). Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media [versão eletrónica pdf] Sítio de acesso: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pequisa-comunicacao-media.pdf>
- Vala, J. (2007). A análise de conteúdo. Em A. Silva e J. Pinto (Orgs.). *Metodologia das Ciências Sociais*. Porto: Afrontamento, pp. 101-128.
- Weber, M. (2005). Sociologia da Imprensa. Um programa de pesquisa. *Estudos em jornalismo e Media*, 2 (1), pp. 13-21.
- Will, N. (1975). *Essai sur la presse et le capital*. Paris: 10/18.
- Wimmer, R. e Dominick, J. (1996). *La Investigación Científica de los Medios de Comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Wolf, M. (2005). *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença.