

A representação do Alentejo nos *media* nacionais

Análise dos temas e assuntos presentes nas notícias

Sabemos que os media contribuem para a estruturação do espaço público através do seu papel de mediação na sociedade e que possuem uma função social central na construção das sociedades democráticas atuais. Sabemos também que os media, através dos conteúdos que difundem, constroem a realidade e que existe uma relação direta entre a agenda dos media e a agenda pública. Neste sentido, não será arriscado dizer que os media podem influenciar a opinião que o público possa ter de um determinado destino ou região e, conseqüentemente, essa opinião ter impactos e efeitos em outros setores da sociedade.

Texto **Patrícia Ascensão***

“Alentejo vai ter casas de cante alentejano”

António Feta da Silva Turismo do Alentejo aguarda programas do novo Quadro Comunitário de Apoio Regional para apresentar candidatura para criar rotas de casas de cante, à imagem das casas de fado

FUNDOS COMUNITÁRIOS FRANCISCO ALVES RIBEIRO
António Feta da Silva, presidente do Turismo do Alentejo, espera que o novo Quadro Comunitário de Apoio Regional permita a criação de rotas de casas de cante, à imagem das casas de fado.

Aberto Inquérito ao caso de doente deixado seis dias nas urgências em Beja

PUBLICO, DOM 4 JAN 2015 | LOCAL | 15

Finalmente, o hospital de Beja tem psiquiatras em número suficiente

As alterações estão agora viradas para a falta de segurança que o novo edifício do departamento de psiquiatria apresenta e que retarda a sua entrada em funcionamento

FUNDOS COMUNITÁRIOS FRANCISCO ALVES RIBEIRO



O guia que faltava para conhecer as plantas da costa alentejana e vicentina

18 | LOCAL | PUBLICO, SAB 10 JAN 2015

Dois “entusiasmados da Natureza” juntaram-se para criar o primeiro guia da flora do Parque Natural Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina. Objectivo é mostrar a riqueza da região e alertar para as

Quebra na produção do azeite potencia o furto de azeitona e a exploração de pessoas no Alentejo

14 | LOCAL | PUBLICO, TER 6 JAN 2015

Alentejo sofre um ano chulo, como a maioria dos países da região. A população está em queda e há uma grande emigração.



Uma das árvores em reserva no Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina.

Municípios de Alqueva exigem 96 milhões de euros para desenvolver a região

14 | LOCAL | PUBLICO, TER 6 JAN 2015

Os municípios da região de Alqueva exigem 96 milhões de euros para desenvolver a região. O plano prevê a construção de infraestruturas e a melhoria dos serviços públicos.



Os municípios da região de Alqueva exigem 96 milhões de euros para desenvolver a região.

Alentejo Litoral escolhe turismo, porto de Sines e produtos locais como apostas até 2020

FUNDOS COMUNITÁRIOS FRANCISCO ALVES RIBEIRO

O Alentejo Litoral aposta no turismo, no porto de Sines e nos produtos locais como principais apostas até 2020.



Em Arraiolos ainda há tapeteiras a bordar contra a crise

A câmara luta há mais de dez anos pela certificação do tapete de terra, para evitar falsificações. Na última década fecharam mais de metade das lojas desta arte naquela vila alentejana, mas ainda há resistentes

ARTESANATO MÓNICA SERRA

Em Arraiolos, a arte do tapete de terra continua a ser praticada por algumas famílias, apesar da crise.

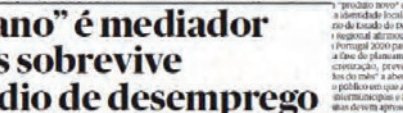
COMUNIDADES CARLOS DIAS

A legislação laboral ainda não enquadrada este tipo de função, pelo que o serviço que presta não tem salário atribuído

“Cigano do ano” é mediador em Beja mas sobrevive com o subsídio de desemprego

COMUNIDADES CARLOS DIAS

Carlos Dias, conhecido como “Cigano do ano”, é um mediador social em Beja que sobrevive com o subsídio de desemprego.



Carlos Dias, conhecido como “Cigano do ano”, é um mediador social em Beja que sobrevive com o subsídio de desemprego.

Assim sendo, interessou-nos investigar algo que tem sido pouco estudado no contexto do estudo dos meios de comunicação, isto é, como é que uma região do país, a maior em termos territoriais, é retratada nos media desse mesmo país. A ideia central da nossa investigação pretende responder a uma simples e objetiva questão: quando o Alentejo é notícia, que notícias são essas? Que representações do Alentejo estão a ser construídas pelos media atualmente? Que imagem ou imagens do Alentejo são veiculadas nesses media? Que temas e assuntos são privilegiados? Queremos conhecer e compreender que notícias do Alentejo são veiculadas nos principais meios de comunicação tradicionais portugueses.

PONTO(S) DE PARTIDA

“Estamos num universo em que existe cada vez mais informação e cada vez menos sentido.” (Baudrillard, 1991: 103)

O nosso mundo mudou e continua a mudar. As transformações ocorridas em virtude da globalização, nas suas diferentes dimensões, transformaram a sociedade mundial e a forma como ela se estrutura e se desenvolve. Estamos perante uma verdadeira revolução civilizacional e vivemos numa era de informação abundante e crescente, onde facilmente temos acesso àquilo que pretendemos saber e conhecer.

No entanto, e apesar das inúmeras transformações a que assistimos diariamente, nunca a mediação ganhou tamanha importância no que respeita ao processo comunicacional indivíduo-sociedade. A abundância de informação disponível obriga a que se façam escolhas, que se credibilizem determinadas vozes e onde o papel da mediação é crucial para se conhecer e compreender o mundo em que vivemos.

Cada vez mais, a nossa experiência simbólica é feita de forma indireta, através de um processo de mediação a vários níveis e envolvendo diversos intermediários, preconizando aquilo que Habermas defendia na sua afirmação, “Eu aprendo a ver-me com os olhos de outro sujeito. A experiência de mim deriva de um entrelaçamento de perspectivas.” (Habermas, 1987: 15) É este entrelaçamento de perspectivas que define a comunicação, enquanto fundamento da vida social, que resulta de um processo interrelacional e condiciona a vida em sociedade.

A compreensão do mundo em que vivemos e da sociedade que somos passa, inquestionavelmente, por conhecer os meios de comunicação que temos, desde a sua criação até aos dias de hoje, nos seus avanços e recuos, nas suas conquistas e falhanços, na sua criatividade e impassividade.

Entendemos que os meios de comunicação, desde a sua massificação, sempre exerceram um papel fundamental no

que respeita à difusão da informação e no processo comunicacional na sociedade. O desenvolvimento continuado e a generalização progressiva dos *media* trouxeram uma profunda transformação na ordem espacial e temporal da vida social, transformaram os nossos modos de vida, constituindo-se como peças-chave no que respeita à disputa simbólica de exercício de poder no espaço público.

É por isso que consideramos que o espaço público atual não pode ser dissociado do papel desempenhado pelos *media* na sociedade, na medida em que ocupam uma posição de mediação na relação que os indivíduos estabelecem, simultaneamente, com o mundo, com o outro e consigo mesmos. São mediadores por excelência no espaço público e contribuem, com a sua ação, para a formação da opinião pública.

Os *media* alargam e estruturam o nosso conhecimento do mundo. Eles definem aquilo que deve ser merecedor de visibilidade, de relevância social e, consequentemente, tema de discussão pública. Os *media* afirmaram-se no quotidiano como os principais mediadores, definidores e construtores sociais, transformando por completo o espaço público.

Compreender o seu papel enquanto definidores da sociedade e construtores da realidade social são elemen-

tos fundamentais quando pretendemos analisar as notícias que emergem todos os dias e invadem o nosso quotidiano através dos mais diversos meios e dispositivos de comunicação.

AS NOTÍCIAS COMO PISTAS PARA COMPREENDER O MUNDO

É neste contexto que posicionamos o jornalismo e afirmamos que a sua importância para a sociedade tem como ideia central o papel que as notícias desempenham na estruturação da vida das pessoas.

Já no início do séc. XX, Lippmann (1922), na sua conhecida obra *Public Opinion*, defendia a ideia de que os *media*, com os conteúdos que difundem, seriam a primeira forma de contacto visual que os indivíduos possuíam com que se passava no mundo. Também Park (1939) reforçou esta ideia, defendendo que a função das notícias é orientar o mundo e o homem na sociedade, acrescentando ainda que os *media* podem representar a realidade mas não constituíam um reflexo da mesma.

É, portanto, ideia assente que, tal como referem Molotch e Lester: "Toda a gente precisa de notícias. Na vida quotidiana, as notícias contam-nos aquilo a que nós não assistimos directamente e dão como observáveis e sig-

Mais de 2000 crianças recriaram 500 anos da história dos azulejos em Beja

As lajes de mármore da principal praça da cidade alentejana e as fachadas de edifícios foram preenchidas com desenhos de uma arte que ainda cobre o interior de boa parte dos monumentos de Beja

Património
Carlos Elias

A concentração dos alunos das escolas de Beja estava preparada para as 10h de manhã, mas com uma hora de antecedência já os primeiros desenhos que cobriram as paredes de azulejos que ainda permanecem no interior dos principais monumentos da cidade cobriam as lajes de mármore da Praça da República da capital alentejana.

O dia estava magnífico. Apenas o vento obrigava a reparar no lugar as crianças e os adultos que ao mais de 2000 crianças das escolas de Beja iam para copiar na primeira festa do azulejo realizada na cidade. Eram mais ou menos milhares de alunos "capacitados" pelas professoras que transportam o conteúdo da matéria ensinada dos princípios às aulas práticas, ajudada pelo trabalho de um grupo de três pessoas formado por rapazes e rapazes do ensino básico e pela ajuda de toda a comunidade de crianças que ali desfrutavam. De um grupo de milhares que assistiam, saiu um desenhado "in, porra, nunca pensei que tivesse tanta criança em Beja".

As crianças e o entusiasmo da iniciativa permitiu a cabeça em água de docentes, que procuraram manter a disciplina possível. "Será tal? Não a gente não pintar", implorava a filha-caracina, a filha, exalada, para a mãe compreendida onde está um calão de azulejos brancos colocados à disposição das crianças para que copiassem alguns modelos históricos. Mas houve crianças que optaram por improvisar e pintar os seus desenhos variados, tais como árvores, paisagens a voar, casas no campo alentejano, etc.

A paciência dos professores e de quase meia centena de pessoas que se disponibilizaram para dar apoio às actividades da Festa do Azulejo era proporcional à alegria das crianças.

Jovens capazes de pintar em uma parede e cantavam fustamente, bastavam palmadas aborrecidas com a voz rouca e enfiada, fúteis por participar. Um dos dias do Festival a explicação da festa para os participantes "somos todos humanos".

À 11h, a praça em cor-de-rosa por 40 metros está lentamente cheia de



Vão ser criadas rotas turísticas de azulejo e até confeccionada roupa com desenhos alusivos aos azulejos

crianças e de desenhos de azulejos. A população estava de visita nos edifícios de conservação regional de Beja do século XVIII, no centro de Beja, a primeira vez que a cidade portuguesa viu a presença de milhares de crianças a copiar os azulejos de um modelo histórico. Mas houve crianças que optaram por improvisar e pintar os seus desenhos variados, tais como árvores, paisagens a voar, casas no campo alentejano, etc.

Mais de cinco séculos

Mais de cinco séculos de história de um muro de laje explicam a história do azulejo na cidade de Beja. Em 1467, para a construção do Palácio dos Infantes e do Real Mosteiro de Nossa Senhora da Conceição, estes eram importados de Valência e serviam para decorar os painéis e o revestimento das salas. É quando surge pela primeira vez, em Portugal, o estilo manuelino azulejo que passará a cobrir o interior das grandes casas alentejanas. Em 1600, o Real Mosteiro de Nossa Senhora da Conceição encomenda de vários azulejos para

revestir o espaço para a sala do capítulo, marcando a passagem do azulejo português para o azulejo português, assim como o estilo e o técnico. Anos mais tarde, com a presença de um mestre português a partir de 1600, Portugal entra em crise financeira e passa a ser proibida a importação de materiais considerados de luxo, como os azulejos, focos, dourados e esmaltes, obrigando a criar novos métodos para o revestimento de paredes. Os azulejos portugueses vão mudar o futuro do azulejo e a partir disso foram as novas geometrias, previamente desenhadas nos painéis.

As grandes revoluções eram fabricadas em Lisboa. Beja importa milhares de azulejos e a partir disso foram as novas geometrias, previamente desenhadas nos painéis. As grandes revoluções eram fabricadas em Lisboa. Beja importa milhares de azulejos e a partir disso foram as novas geometrias, previamente desenhadas nos painéis.

Nos anos 20 do século XXI, as fachadas de Beja ligadas à arquitetura contemporânea as suas casas com azulejaria de fachada, ao estilo Art Deco. A grande maioria foi adquirida na fábrica de S. Bento e os modelos utilizados são naturalistas, como flores, paisagens e clássicos. A azulejaria do século XX está hoje presente em 27 ruas da cidade de Beja e a estado da arte, o Jardim Público e a Escola Secundária D. João de Gusmão possuem painéis de grande dimensão atribuídos à azulejaria contemporânea, criada da presença do Estado Novo, que procura imitar geometrias de azulejos populares, trabalhos agrícolas e episódios cara à história local.

Um sonho antigo

Fernão Paes, presidente da Associação de Beja do Património de Beja (ABPB) e principal dinamizador da 1ª Festa do Azulejo em Beja, financiada por fundos comunitários,

há 15 anos que pesquisa e faz levantamentos sobre a arte azulejar de Beja, mas só agora é que estruturou "a unidade política e organizacional financeira para realizar esta grande exposição sobre o azulejo", confidencia ao PÚBLICO, radiante pela importância que teve de professores e alunos. Comemos com o apoio do Turismo do Alentejo, da Câmara de Beja e da Polícia Judiciária, que encicou o festival como um veículo para combater o crime e a vandalização dos azulejos.

"Sensibilizar as escolas e desde cedo mostrar que os azulejos são um trabalho para o projeto, mas antes visitamos os edifícios e monumentos com espírito azulejar para se inspirar", explica Paes. Dizendo que o projeto foi apoiado pelo programa curricular de Inovação, a ABPB quer alertar a criação de mais de cinco séculos da azulejaria de Beja. Uma coleção enorme que está a ser revelada "com objetivos didáticos e turísticos", explica, garantindo que "nesta cidade portuguesa tem o espírito azulejar como o elemento em Beja".

O projeto que foi aprovado em maio passa pela criação de novas rotas de azulejo e vai ser publicado um livro sobre o tema e até confeccionada roupa com desenhos alusivos aos azulejos de Beja.

Fernão Paes destaca o contributo "fundamental" que foi dado pelas crianças e jovens da escola pública e das crianças com necessidades educativas que frequentam as escolas de Beja. "Foram eles que pintaram grande parte dos desenhos. Passaram o tempo a pintar". E o resultado foi ótimo. Para o ano haverá mais.

Integrando e até ao próximo sábado, o evento vai acontecer como a exposição de fotografia Art & Azulejo de Beja, no Museu Regional de Beja, e a exposição Arte Azulejar de Beja na 1ª e 2ª de maio.

Na sexta-feira, e no Teatro Municipal Paes Júlio, haverá a apresentação de um filme sobre o tema do festival e no Museu Regional será lugar o lançamento do livro Arte Azulejar de Beja, a partir das 18h. O festival termina no sábado, com um desfile de moda com peças de vestuário inspiradas na azulejaria de Beja, a partir das 18h, na Pousada de São Francisco.

nificativos "happenings" que seriam remotos de outra forma." (Molotch & Lester, 1993: 34)

O jornalismo, ao pretender dizer como o mundo é, fornece as "pistas para compreender o mundo" (Fontcuberta, 2010) e contribui de forma inequívoca para a interpretação da realidade. Assim, podemos afirmar que a importância do jornalismo reside neste mesmo pressuposto, isto é, o jornalismo contribui em larga medida para o conhecimento público da realidade, para a interpretação e atribuição de significados aos acontecimentos.

A AGENDA DOS MEDIA: DA RELEVÂNCIA MEDIÁTICA AO CONHECIMENTO PÚBLICO

A nossa investigação assentou no paradigma construtivista que entende as notícias como construção social da realidade, isto é, as notícias não refletem a realidade, são uma construção social dessa realidade, pois emanam da realidade social e reconstruem-na quando selecionam os acontecimentos e os tornam noticiáveis. Este processo, que resulta da intersecção e interrelação de diversos factores e atores que nele intervêm, é bastante complexo mas fundamental para compreender as notícias que temos atualmente.

Ora, se entendermos as notícias como uma construção da realidade, podemos afirmar que, neste processo construtivo, há sempre um trabalho de seleção daquilo que é mais importante e interessante para o público. Ao dar uma notícia, o jornalista afirma que esta é relevante e define aquilo que deve ser do conhecimento público.

Surgida na década de 70, a partir dos estudos elaborados por McCombs e Shaw, a teoria do agendamento ou agenda setting marca uma rutura no paradigma do estudos dos efeitos dos media na sociedade, que defende que os media, ao selecionarem os temas e assuntos mais relevantes, teriam a capacidade de influenciar a agenda pública e, consequentemente, a opinião pública (McCombs & Shaw, 1972).

Por agenda mediática entende-se o "conjunto de temas que comunicam, de acordo com uma hierarquia de importância, em um determinado momento no tempo". Já a agenda pública é "o grau ou a hierarquia de importância que o público concede a determinados temas ou aspectos noticiosos relativos a esses temas." (Dearing e Rogers, 1996: 3) Isto vem reforçar a ideia que atribuí aos media o papel central na determinação dos assuntos públicos que importa conhecer e discutir.



Os media alargam e estruturam o nosso conhecimento do mundo. Definem aquilo que deve ser merecedor de visibilidade, de relevância social e, consequentemente, tema de discussão pública.

Tão importante é o que se diz como o que se silencia, na medida em que é fundamental compreender o porquê desses silêncios, isto é, que razões e condições determinaram a exposição de uma determinada informação e o silenciamento de uma outra.

REGUENGOS DE MONSARAZ ■ APREENDIDO MATERIAL INFORMÁTICO



Afastada. Psicóloga era diretora do lar da Santa Casa da Misericórdia de Reguengos de Monsaraz. Já foi afastada do cargo.

Psicóloga abusa de crianças em lar

■ Diretora técnica de instituição da Misericórdia que acolhe menores em risco entre os 3 e os 18 anos é suspeita de abuso sexual e maus-tratos

■ MAGALI PINTO*

Formada há 12 anos pela Universidade de Évora em psicologia clínica, Vânia Pereira desempenhava funções de diretora técnica do Lar Nossa Senhora de Fátima da Santa Casa da Misericórdia de Reguengos de Monsaraz, mas foi afastada na terça-feira, por suspeitas de maus-tratos e abusos sexuais.

Vânia Pereira terá abusado sexualmente de pelo menos uma criança, segundo o CM apurou,

e em alguns casos também crimes de maus-tratos infligidos sobre outros menores. O lar acolhe 23 crianças entre os três e os 18 anos, que foram retiradas aos pais e colocadas na instituição pela Segurança Social.

Na passada terça-feira, foram feitas buscas no lar e apreendido diverso material informático. Presente a tribunal, Vânia Pereira, que a par das suas funções enquanto diretora técnica era também representante na Comissão de Proteção de Crianças e Jovens, ficou em liberdade, su-

PORMENORES

FORMAÇÃO ACADÉMICA
Vânia Pereira tirou o curso em Évora (1998-2003), onde deu aulas. É mestre pelo Politécnico de Portalegre.

PC INVESTIGADOS
Ao que o CM apurou, militares especializados em informática participaram na operação.

ORDEM ANALISA
A Ordem dos Psicólogos admite a abertura de um processo de averiguações.

jeita a termo de identidade e residência e proibido de contactar com os menores da instituição.

Entre as medidas de coação aplicadas à arguida, está também a suspensão de todas as funções que desempenha.

A detenção foi feita no âmbito de um inquérito do Ministério Público de Reguengos de Monsaraz e do DIAP de Évora. O Ministério Público pediu ainda a colaboração da GNR.

Ontem, o CM tentou falar com responsáveis do lar, que se recusaram a fazer quaisquer comentários sobre a detenção da diretora técnica. ■ 15.1/PC.

NOTÍCIA EXCLUSIVA
DA EDIÇÃO EM PAPEL

CORREIO

A evolução da teoria, trouxe uma outra perspectiva que assenta da ideia de que "o agenda-setting é consideravelmente mais do que a clássica asserção de que as notícias nos dizem sobre o que pensar. Elas também nos dizem como pensar sobre isso." (McCombs & Shaw, 1993: 62). A notícia, através dos seus elementos e enquadramentos, tem um importante papel na forma como o público percebe e objetiva a realidade social, a que McCombs designa de atributos e que funcionam como filtros para os conteúdos difundidos pelos media, levando o público a dar atenção a determinadas características e a negligenciar outras.

OS SILÊNCIOS NOS MEDIA E A IMPORTÂNCIA DO "NÃO-DITO"

Afirmamos, portanto, que as notícias dão visibilidade a um acontecimento ou assunto e que os media, através do agendamento, contribuem para a colocação no espaço público daquilo que é merecedor de destaque. Perante isto, coloca-se uma outra questão que diz respeito ao "não-dito", quer dizer, aquilo que não é merecedor de atenção por parte dos media e, por inerência, não será do conhecimento do público. Consequência do processo de construção da realidade, este "não-dito" é tudo aquilo que é silenciado, consciente ou inconscientemente, pelos media e que não terá voz no espaço público.

Sabemos que tão importante é o que se diz como o que se silencia, na medida em que é fundamental compreender o porquê desses silêncios, isto é, que razões e condições determinaram a exposição de uma determinada informação e o silenciamento de uma outra.

Para compreender esta questão, recordemos a posição defendida pela socióloga alemã Elisabeth Noelle-Neumann na teoria da espiral do silêncio, cuja ideia central assenta no pressuposto de que o medo de isolamento e de reprovação social faz com os indivíduos sofram uma pressão crescente para conciliar as suas opiniões de acordo com aquilo que supõem que seja a opinião da maioria, levando a um conformismo e silenciamento das suas verdadeiras opiniões.

Segundo a autora, os meios de comunicação tendem a atribuir mais espaço às opiniões dominantes, reforçando-as e gerando consenso em redor das mesmas. Esta "violência simbólica" a que se referia Bourdieu traduz a existência de um "poder simbólico", naturalmente invisível, que os meios de comunicação detêm e que contribui para a integração da "classe dominante" e para a manutenção da ordem estabelecida por meio de distinções e legitimação dessas distinções.

Os meios de comunicação são um dos principais canais de produção e difusão de valores numa sociedade e a visibilidade ou invisibilidade que atribuem aos diferentes

Apenas existe uma sub-categoria temática que é comum a todos os órgãos estudados e que corresponde às peças relacionadas com o tema Saúde.

Os temas das notícias relativas ao Alentejo diferem e refletem, eventualmente, aquilo que são as políticas editoriais e o posicionamento de cada órgão de comunicação.

aspectos da realidade social condicionam a percepção e conhecimento que os indivíduos têm dessa realidade e contribuem para a formação de identidades sociais e coletivas.

CARACTERIZAÇÃO DO ESTUDO E CORPUS DE ANÁLISE

Partindo da teoria sociológica da construção social da realidade aplicada ao trabalho jornalístico que procura responder à eterna pergunta: porque é que as notícias são como são?, - pretendemos contribuir para um maior conhecimento dos meios de comunicação nacionais e de que forma a região Alentejo é por eles representada.

Por um lado, a dimensão territorial da região Alentejo no contexto nacional e as características sócio-económicas que apresenta, nomeadamente o envelhecimento populacional, a desertificação e interioridade, a debilidade económica e de investimento, são condições que devem estar presentes no agir jornalístico, e o jornalismo em si, com a função social que lhe é atribuída e esperada, deveria contribuir para a construção de uma sociedade mais justa e equilibrada.

Neste sentido, considerámos interessante conhecer e compreender aquilo que, no Alentejo e para os media informativos nacionais, é notícia. Claro que ao analisar as notícias relativas à realidade alentejana, não podemos deixar de analisar aspectos como as temáticas abordadas, onde os jornalistas vão buscar a informação e quem são os intervenientes nessas notícias.

Assim sendo, a nossa investigação centrou-se na caracterização das peças informativas que se referem, direta ou indiretamente, ao Alentejo, presentes em seis meios de comunicação nacionais, nomeadamente os jornais diários *Público* e *Correio da Manhã*, os telejornais das 20h00 da RTP 1 e da TVI e os noticiários das 8h00 da Antena 1 e TSE.

Tivemos como objetivo central analisar, identificar e compreender em que situações e momentos o Alentejo é notícia e de que forma é representada esta região nos meios de comunicação analisados. A escolha de seis meios de comunicação diferentes, nomeadamente a imprensa escrita, a rádio e a televisão, deve-se ao facto de pretendemos estender o nosso estudo aos diferentes media nacionais, no sentido de poder alcançar uma perspetiva mais abrangente, bem como fazer uma análise comparativa entre os diferentes meios.

Sendo uma opção fazer um estudo continuado no tempo, o nosso período de análise incidu em todas as edições dos meios e momentos já referidos no período temporal entre 1 de janeiro e 31 de maio de 2015.

Neste sentido, o nosso corpus de uma representação do universo total de ocorrências durante o período estudado, analisámos 151 edições diárias de cada um dos 6 meios de comunicação selecionados, o que perfaz um total de 906 edições, entre os dias 1 de janeiro e 31 de maio de 2015. Durante este período, registámos um total de 682 peças noticiosas que, de forma direta e indireta, se referem ao Alentejo do ponto de vista informativo.

No presente artigo, iremos debruçarmo-nos apenas na análise das temáticas e sub-temáticas presentes nas notícias identificadas. Esta análise dos temas das notícias referentes ao Alentejo permite-nos compreender quais são as prioridades dos diferentes órgãos de comunicação nacionais relativamente aos acontecimentos que ocorrem na região. É esta análise que nos pode elucidar sobre a forma como a agenda dos media relativamente ao Alentejo é construída e que imagem da região está a ser veiculada por eles.

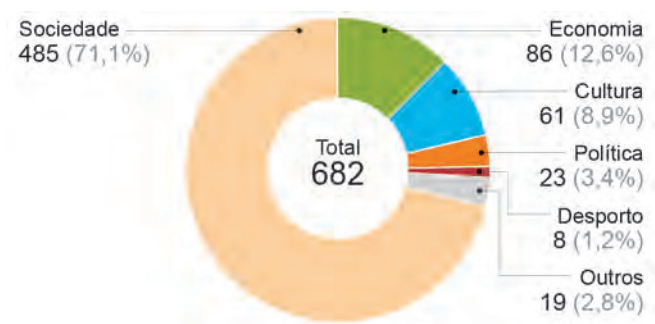
AS NOTÍCIAS DO ALENTEJO E O PREDOMÍNIO DOS TEMAS DE SOCIEDADE

Sabendo que os jornalistas não podem nem conseguem noticiar todos os acontecimentos que ocorrem, importa perceber quais os temas que apresentam uma relevância informativa mais significativa no que respeita à realidade alentejana. Daí que a nossa análise se tenha centrado na identificação dos temas que são notícia nos órgãos de comunicação estudados.

Numa primeira análise procurámos identificar grandes áreas temáticas e cuja categorização se organizou da seguinte forma: Política, Economia, Sociedade, Cultura, Desporto e Outros. Aquilo que pretendemos com esta análise mais genérica foi perceber como se organizam os temas das notícias relativas ao Alentejo em termos gerais e só, numa segunda fase, avançar para uma especificação desses temas.

Neste sentido, aquilo que verificámos foi que a categoria Sociedade é a que se encontra melhor representada quer em termos globais quer por meios analisados. De facto, de entre a totalidade das notícias identificadas, 71,1% pertencem à categoria Sociedade, seguida das categorias Economia (12,6%) e Cultura (8,9%), embora estas apresentem um claro distanciamento relativamente à primeira.

QUADRO 1 TEMAS DAS PEÇAS



Por oposto, o Desporto é a categoria cuja representatividade é menor (1,2%), juntamente com a categoria Outros (2,8%), que reúne temas que, pela sua baixa ocorrência, não se inserem em nenhuma categoria específica. Quanto ao tema Desporto, podemos justificar estes resultados pela inexistência de qualquer clube desportivo alentejano.

tejano na 1ª liga de futebol, dada a relevância que os meios de comunicação atribuem a esta modalidade. Na verdade, as notícias de Desporto identificadas resumem-se ao evento de ciclismo "Volta ao Alentejo".

Também as notícias de natureza política surgem como uma das categorias com menor percentagem (3,4%), o que nos poderá indicar que as questões político-partidárias alentejanas não são uma prioridade para os meios analisados.

Quando analisamos os temas abordados de forma individualizada, verificamos que as notícias de Sociedade são a maioria em todos os órgãos estudados. É no *Correio da Manhã* e na TSF que esse facto é mais evidente, com 77,9% e 88,9% respetivamente. Também a TVI e a Antena 1 apresentam uma percentagem elevada de notícias nesta categoria. Ainda que essa prevalência de notícias sobre Sociedade aconteça também nos restantes órgãos, o seu posicionamento relativamente às restantes categorias é mais equilibrado, como é o caso do *Público* (48,4%) e da RTP1 (48,6%).

Se nesta categoria todos os órgãos analisados convergem, nas restantes existe um maior grau de disparidade entre meios. No jornal *Público* e na estação RTP1, é a categoria Economia, seguida da Cultura, que possuem maior percentagem logo depois da Sociedade. No *Correio da Manhã* e na TSF, para além da Sociedade, as restantes categorias possuem uma fraca expressão.

QUADRO 2

TEMAS DAS PEÇAS POR MEIO

Temas	Público	CM	Antena 1	TSF	RTP 1	TVI
Política	4 4,2%	13 2,7%	1 14,3%	0 0%	2 5,7%	3 5,3%
Economia	27 28,4%	39 8,1%	1 14,3%	1 11,1%	10 28,6%	8 14%
Sociedade	46 48,4%	373 77,9%	4 57,1%	8 88,9%	17 48,6%	37 64,9%
Cultura	13 13,7%	35 7,3%	1 14,3%	0 0%	4 11,4%	8 14%
Desporto	4 4,2%	4 0,8%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
Outros	1 1,1%	15 3,1%	0 0%	0 0%	2 5,7%	1 1,8%
Total	95 100%	479 100%	7 100%	9 100%	35 100%	57 100%

Um outro dado que podemos assinalar é que, no *Público*, as áreas de Política e Desporto surgem com os mesmos valores (4,2%). O mesmo acontece na Antena 1 com a Política, a Economia e a Cultura, com 14,3%, o que corresponde apenas a uma peça por cada uma dessas áreas temáticas.

AS DIVERGÊNCIAS ENTRE MEIOS E A SAÚDE COMO SUB-TEMA TRANSVERSAL

Para além de analisar os temas das peças numa perspetiva de grandes áreas temáticas, procurámos encontrar sub-temáticas dentro dessas, de forma a compreender melhor que temas em concreto foram selecionados.

Assim, os dados revelaram que, no global, as sub-categorias temáticas melhor posicionadas pertencem todas

elas à categoria Sociedade e são as seguintes: Acidentes rodoviários (12,3%), Nascimentos (5,4%), Operações policiais (5,3%), Ambiente (5,1%) e Saúde (4,7%). Temos de ter em consideração que estes valores se devem quase exclusivamente às peças presentes no *Correio da Manhã* que, sendo o órgão que regista o maior número de notícias, condiciona os resultados globais.

Uma conclusão também interessante é o facto de apenas existir uma sub-categoria temática que é comum a todos os órgãos estudados e que corresponde às peças relacionadas com o tema Saúde. Aquilo que verificámos é que, para além desta, não existe mais nenhum tema que esteja presente nos seis meios de comunicação, o que nos pode indicar que este será um tema transversal e com relevância informativa semelhante entre meios.

Pretendemos também apurar quais as sub-categorias mais representadas por cada categoria temática e aquilo que concluímos foi o seguinte:

- Política: a sub-categoria mais representada foi Política autárquica (56,5%);
- Economia: a sub-categoria mais representada foi Infraestruturas (22,1%);
- Sociedade: a sub-categoria mais representada foi Acidentes rodoviários (17,3%);
- Cultura: a sub-categoria mais representada foi Património cultural (26,2%).

Uma análise comparativa entre os diferentes meios permite-nos afirmar que a seleção dos temas das notícias relativas ao Alentejo diferem e refletem, eventualmente, aquilo que são as políticas editoriais e posicionamento de cada órgão de comunicação. No jornal *Público*, a maioria das notícias do Alentejo aborda assuntos relacionados com o ambiente (12,6%), seguido de peças sobre agricultura (7,4%), saúde (6,3%) e abusos e maus tratos (5,3%).

No *Correio da Manhã*, o tema mais abordado está relacionado com acidentes rodoviários e representa 16,5% do total de peças identificadas neste jornal. Num segundo nível, encontram-se as notícias que se enquadram nas sub-categorias Nascimentos, com 7,7%, e Operações policiais, com 6,7%. A razão que justifica os valores da sub-categoria Nascimentos, é a existência do projeto "CM Celebra a Vida" e que está relacionado com a divulgação dos nascimentos ocorridos em regiões mais desertificadas do país, onde diversos municípios alentejanos estão incluídos. Os restantes temas, embora como menor representatividade, estão, a sua maioria, relacionados com outros tipos de acidentes, atos ilícitos, agressões ou crimes, como é frequente ocorrer neste jornal. É também este órgão que apresenta uma maior diversidade de temas, o que faz com que, por diversas vezes, um determinado tema apenas esteja presente neste jornal (mobilidade e transportes, apoios sociais, fogos e incêndios, estabelecimentos prisionais, fenómenos naturais, maus tratos a animais, agressões e desacatos e nascimentos).

Quanto à Antena 1 e à TSF, e apesar da baixa ocorrên-

São os temas relativos a assuntos de sociedade aqueles que surgem mais vezes, sendo que esta tendência é observada em todos os órgãos analisados.

É reduzida presença de assuntos estruturantes para o Alentejo e que não são abordados pelos media, como é o caso da educação, investimento, desenvolvimento regional ou problemas sociais.

cia de peças identificadas, verificamos que o tema mais abordado é a saúde, que apresenta uma percentagem de 42,9% e 33,3%, respetivamente.

O telejornal da RTP1 apresenta um facto curioso, isto é, a sub-categoria temática que apresenta mais peças relativa ao Alentejo é a que respeita a assuntos relacionados com a Herdade da Comporta, para a qual criámos uma sub-categoria autónoma. Na verdade, este tema representa 14,2% do total de peças emitidas pela RTP1, que é seguido pelos temas acidentes de origem diversa (11,4%) e, novamente, saúde (8,6%).

Já a TVI apresenta uma distribuição temática mais equilibrada e diversificada, ainda que seja possível destacar, com 10,5%, o tema Meteorologia e que diz respeito às condições meteorológicas típicas do Alentejo nos meses de inverno e de verão. Num segundo plano, destacamos os temas relacionados com o ambiente (8,8%) e gastronomia e vinhos (7%), como os que apresentam maior representatividade temática.

A REPETIÇÃO DE TEMAS E A RELEVÂNCIA CONVERGENTE ENTRE MEIOS

Um outro aspeto que considerámos importante abordar é a existência de repetição de notícias nos diversos meios analisados, porque esta evidência pode indicar-nos se existem temas e acontecimentos concretos que são mais relevantes e cuja noticiabilidade lhes é atribuída pelos diferentes meios. Sabemos que os meios de comunicação são amplamente utilizados como fonte de informação pelos próprios jornalistas e, por isso, a presença de temas ou acontecimentos repetidos pode ser justificado desta forma. Daí que seja pertinente analisar esta questão.

Aquilo que identificámos foi a existência de 52 ocorrências que se repetem em mais do que um órgão de comunicação. A maioria delas, 36 peças, tratam o mesmo assunto em dois órgãos de comunicação diferentes, e 12 peças desse total repetem o assunto em 3 órgãos distintos. Já tratamento de um assunto em 4 ou mais órgãos, apenas acontece por duas ocasiões e que dizem respeito a uma peça sobre a demissão da equipa de médicos no Hospital do Litoral Alentejano, que ocorre em 5 dos órgãos estuda-

dos (exceto no jornal *Correio da Manhã*), e da peça relativa aos abusos e maus tratos ocorridos no lar da Santa Casa da Misericórdia de Reguengos de Monsaraz, que surge em 4 dos órgãos estudados, nomeadamente nos dois jornais impressos e nos dois jornais televisivos. Curiosamente, não existe nenhum assunto que seja noticiado por todos os meios analisados, o que nos poderá dar pistas sobre as prioridades editoriais e informativas, bem como da forma como o agendamento é feito. Ao aprofundar mais um pouco esta análise, podemos concluir que existem tendências também neste aspeto, isto é, conseguimos identificar quais os órgãos que possuem uma maior consonância de assuntos entre si.

Chegamos a várias conclusões. A primeira é de que existe um claro mimetismo dentro do mesmo meio, isto é, quer os jornais impressos quer os jornais televisivos partilham um número elevado de peças. O *Público* e o *Correio da Manhã* possuem 19 peças sobre o mesmo assunto e não existe nenhum tema que se destaque de forma significativa. Os jornais televisivos da RTP 1 e da TVI apresentam uma consonância de assuntos em 11 ocasiões, sendo que esses assuntos se prendem com acidentes e situações inesperados, bem como assuntos onde estão presentes membros dos meios governativos nacionais.

A segunda conclusão que podemos aferir é que existe uma evidente partilha de assuntos noticiados, por um lado, entre o jornal *Público* e o telejornal da RTP 1, com 10 assuntos comuns, e, por outro, entre o jornal *Correio da Manhã* e o telejornal da TVI, onde registámos 19 assuntos comuns.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sendo um estudo que incidiu em todas as notícias relativas à realidade alentejana produzidas nos seis órgãos estudados durante um determinado período de tempo, consideramos que um qualquer outro período de estudo escolhido teria, conseqüentemente, resultados diferentes. Contudo, parece-nos que, ainda assim, foi reunido um conjunto considerável de notícias que nos permitem aferir diversas conclusões.

Outra das respostas que procurámos encontrar foi conhecer quais os temas que estavam presentes e, por oposto, ausentes, das notícias relativas ao Alentejo. É fundamental analisar este aspeto pois traduz a forma como a agenda dos media é construída, isto é, quais os assuntos e acontecimentos que são noticiados e quais os temas que estão ausentes.

Neste domínio, a principal conclusão a que chegámos é que são os temas relativos a assuntos de sociedade aqueles que surgem mais vezes, sendo que esta tendência é observada em todos os órgãos analisados. Embora dentro desta categoria existam diferenças entre meios, existe um tema que é transversal a todos eles, o que nos indicia a sua relevância jornalística - é o caso dos temas relacionados com a saúde, mais concretamente com ocorrências

relativas às condições físicas e de recursos humanos das unidades de saúde alentejanas bem como situações vividas por utentes dessas mesmas unidades.

Relativamente aos outros temas, não podemos afirmar que exista um procedimento comum, ou seja, as próprias características e linha editoriais dos diferentes órgãos ditam a escolha dos temas. Vemos que o *Público* valoriza assuntos relacionados com o ambiente e o *Correio da Manhã* apresenta uma grande quantidade de peças sobre acidentes rodoviários e operações policiais. Ambas as estações de rádio incidem a sua atenção para os assuntos de saúde. Já na televisão registámos uma realidade particular, isto é, a meteorologia é o assunto mais valorizado pelo telejornal da TVI, onde se abordam as condições climáticas habituais nos meses de inverno e de verão no Alentejo. O telejornal da RTP 1 dedica a maioria das suas peças ao caso que envolve a Herdade da Comporta, mais concretamente aos negócios e investimentos que lhe estão relacionados.

Se na política podemos concluir que é a política autárquica que domina, já na economia são as notícias relativas a infraestruturas locais que melhor estão representadas, nomeadamente obras e inaugurações.

Ainda nesta área, não podemos deixar de assinalar a reduzida presença de assuntos estruturantes para o Alentejo e que não são abordados pelos media, como é o caso de assuntos sobre educação, investimento, desenvolvimento regional ou problemas sociais.

A dimensão e responsabilidade sociais que definem o jornalismo não estão presentes no conjunto das notícias analisadas. Na verdade, aquilo que podemos afirmar é que os assuntos identificados nas notícias sobre o Alentejo são tratados de forma avulsa, isolada e sem qualquer relação entre si, como se de um mosaico se tratasse. A realidade alentejana surge assim como um conjunto de factos e acontecimentos, a maioria dos quais ancorados à atualidade, onde não existe uma preocupação pelo tratamento das questões de fundo e problemáticas que caracterizam esta região e que deveriam ser abordadas pelo jornalismo.

Ainda sobre este aspeto, verificámos que existe um certo mimetismo entre meios, facto que não nos surpreende se considerarmos que os jornalistas possuem os tais óculos de que Bourdieu falava. Esse mimetismo é mais evidente dentro do mesmo tipo de meios, por exemplo entre o *Público* e o *Correio da Manhã* ou entre a RTP1 e a TVI, o que nos parece aceitável dado que o formato e rotinas produtivas são semelhantes. Já no que respeita a uma repetição de assuntos entre meios diferentes, verificámos que isso acontece entre meios que apresentam semelhanças em termos editoriais e dos públicos a que se dirigem. Aqui, podemos concluir que o mimetismo acontece, por um lado, entre o *Correio da Manhã* e o telejornal da TVI, ambos voltados para uma informação de carácter mais popular, e por outro, entre o jornal *Público* e o telejornal da RTP1, onde predomina uma certa institucionalidade.

Temos consciência que o conhecimento científico é um processo de construção cumulativa e foi precisamente isso que pretendemos com este estudo, isto é, consideramos que o presente artigo poderá contribuir para um maior conhecimento e compreensão dos meios de comunicação social enquanto construtores da realidade social que possuem um papel crucial da construção e desenvolvimento das sociedades democráticas atuais. ■

*Mestre em "Jornalismo, Comunicação e Cultura"

Referências bibliográficas

- Baudrillard, J. (1991). *Simulacros e Simulação*. Lisboa: Relógio D'Água.
- Berger, P. & Luckmann, T. (2010). *A construção social da realidade* (3.ª edição) Lisboa: Dinalivro. (Original publicado em 1966)
- Bourdieu, P. (2011). *O poder simbólico* (2ª ed.). Lisboa: Edições 70.
- Dearing, J. & Rogers, E. (1996). *Agenda-setting*. Thousand Oaks: Sage.
- Esteves, J. P. (2003). *Espaço Público e Democracia*. Lisboa: Edições Colibri.
- Fontcuberta, M. de (2010). *A notícia. Pistas para compreender o mundo* (3.ª edição). Alfragide: Casa das Letras/Oficina do Livro.
- Habermas, J. (1984). *Mudança Estrutural da Esfera Pública*. Rio de Janeiro: Edições Tempo Brasileiro.
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2004). *Os elementos do jornalismo - O que os profissionais devem saber e o que o público deve exigir*. Porto: Porto Editora.
- Lippmann, W. (1997). *Public Opinion*. New York: Free Press. (Original publicado em 1922)
- McCombs, M. & Shaw, D. (1972). *The agenda-setting function of mass media*. In *The Public Opinion Quarterly*, vol. 36, n.º 2. Oxford: University Press. Acedido em 30 de março de 2015 em https://www.unc.edu/~fbaum/teaching/PLSC541_Fall06/McCombs%20and%20Shaw%20POQ%201972.pdf
- Molotch, H. & Lester, M. (1993). *As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos*. In Traquina, N. (Org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"* (pp. 34-51). Lisboa: Vega. (Original publicado em 1974)
- Noelle-Neumann, E. (1974). *The spiral of silence: a theory of public opinion*. In *Journal of Communication*, 24(2), pp. 43-51.
- Park, R. (1939). *Reflections on Communication and Culture*. In *American Journal of Sociology*, Vol. 44, N.º 2, pp. 187-205. Acedido em 12 de Janeiro de 2015 em http://www.jstor.org/stable/2768727?seq=1#page_scan_tab_contents.
- Schudson, M. (1998). *Por que é que as notícias são como são?*. In *Revista de Comunicação e Linguagens - Comunicação e Política*, 8, pp. 7-27. Lisboa: Edições Cosmos.
- Traquina, N. (2001). *Teorias das notícias: o estudo do jornalismo no século XX*. In Traquina, N.; Cabrera, A.; Ponte, C.; Santos, R., O *Jornalismo português em análise de casos*. (pp. 19-91) Lisboa: Caminho.
- Tuchman, G. (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. Nova Iorque: The Free Press.