

Imaginação geográfica e análise de notícias como fonte em pesquisas em Geografia

Daniela de Seixas Grimberg

Adriana Dorfman

Introdução

A imaginação geográfica não é fruto apenas das aulas de Geografia. Escrevendo em 1947, o renomado geógrafo John K. Wright já constatava que, para além de um “núcleo” acadêmico produtor e difusor de informações sobre o espaço, a Geografia teria uma “uma zona periférica muito mais vasta”, em “livros de viagens, em revistas e jornais, em muitas páginas de ficção e poesia e em muitas telas” (WRIGHT *apud* NOVAES, 2010).

O uso de notícias como fonte de informação para pesquisas acadêmicas é prática comum a muitas áreas do conhecimento. A análise desse tipo de unidade informativa em pesquisas fora do campo epistemológico da Comunicação tem diversas finalidades. Ela pode auxiliar na contextualização de determinado fenômeno ou acontecimento da vida pública, bem como informar sobre sua evolução e repercussão, além de ampliar o contato com processos cujas informações ou atores envolvidos são pouco acessíveis, como fatos do passado. Além disso, as notícias podem, inclusive por sua estrutura ou posicionamento, revelar discursos, tendências e estereótipos. É por isso que o uso das mensagens divulgadas por veículos jornalísticos deve ser realizado levando-se em conta tanto

fatores ligados às representações sociais quanto aos procedimentos que permeiam a prática jornalística e influenciam, ainda que indiretamente, na informação levantada.

Este texto busca discutir como notícias podem colaborar para os estudos de lugares e fenômenos geograficamente localizados. A ideia é apontar algumas considerações a serem feitas quando as notícias constituem parte – ou mesmo a totalidade – da análise ou descrição de um fenômeno para a pesquisa acadêmica. Antes, porém, introduziremos algumas considerações sobre a relação entre o espaço geográfico e sua representação.

Geografias imaginativas

Edward Said, que estabeleceu o conceito de geografias imaginativas, chamava a atenção para o fato de que a forma como imaginamos um continente, um país, uma região ou uma rua influencia no modo como decidimos agir sobre estes espaços. “Lugares, regiões e setores geográficos” estão sempre associados a “um imaginário, uma tradição de pensamento, um vocabulário que lhe dá realidade e presença” (SAID, 2007, p. 31). E, logo de saída, ele alerta: a “força” da Geografia não estaria “apenas em soldados e canhões”, mas também em “imagens e imaginários” (SAID, 2007, p. 51).

Na representação de um espaço desconhecido, a imaginação geográfica é particularmente evidente. São recorrentes as associações simplistas entre atributos selecionados e zonas geográficas específicas sobre as quais se desenvolvem sentimentos de alteridade. Entidades geográficas como “Oriente” e “Ocidente” – esse era o objeto do estudo que notabilizou Edward Said – foram historicamente construídas como contrastantes e opostas, com o Ocidente apresentando-se como racional, histórico, moderno, democrático e masculino, e o Oriente aparecendo como irracional, eterno, atrasado, fundamentalista e feminino. Cada uma dessas designações representava interesses, alegações, projetos, ambições e retóricas que não somente estavam em violento desacordo, mas também em situação de guerra aberta. Said apresenta o orientalismo como legitimador da exploração colonial, por meio de embasamentos que justificam a ótica do Ocidente (Europa) de que o Oriente é inferior, e acrescenta: “Toda cultura contemporânea está marcada pela experiência imperialista. Na periferia, sem dúvida; no centro do império; na organização do mundo” (SAID, 2003, p. 72).

Outras geografias imaginativas ordenam hierarquicamente os “mundos” como se fossem colocados em competição, transformando a proposta de não-alinhamento do Terceiro Mundo em um deplorável terceiro lugar no desenvolvimentismo mundial.

André Reyes Novaes, ao estudar a representação das fronteiras nacionais na imprensa, nos fala do emprego de arquétipos e estereótipos espaciais que representarão alguns lugares como centrais e normais, e outros como “remotos”, “longínquos” e “perigosos” (NOVAES, 2010). O autor afirma também que imaginar um espaço desconhecido se traduz na busca por um “esquema”, um “modelo”, onde o indivíduo

procura, “na gaveta dos seus estereótipos mentais, o clichê apropriado”.

Da mesma forma, as periferias urbanas são objeto de uma geografia imaginativa deletéria, frequentemente “alimentada pela mídia”, sendo muitos os estudos que exemplificam como tais espaços entram na geografia da cidade como lugares com representação negativa, relacionados à violência e ao tráfico de drogas, como “locais que metem medo” (GAMALHO, 2009; VIEIRA, 2013).

Cabe perguntar de que forma tais representações são alimentadas pela mídia e se integram numa geografia da informação. Said (2007, p. 36) nos fala em uma “comunidade de interpretação”, isto é, no compartilhamento por um público leitor de “códigos consensuais de compreensão para imprimir suas paixões, interesses políticos e preconceitos no processo de conhecimento do espaço do ‘outro’”. Já em Durkheim pode-se encontrar uma discussão da relação das construções simbólicas com a realidade social, uma sociologia do conhecimento que debate as relações entre grupos socialmente situados, suas ideias e atos.

Aqui exploramos algo que se aproxima de uma geografia da informação, que enfatiza a situação geográfica das representações sociais. Segundo Moscovici (2003), representar é um processo de produção de conhecimento que funciona como que “rolando” por sobre estruturas sociais e cognitivas locais (e populares), sendo, portanto, sociovariável. Segundo ele, as representações não derivam de uma única sociedade, mas das diversas sociedades que existem no interior da sociedade maior (e que, portanto, não podem ultrapassá-la). Então cabe perguntar que fatores geográficos levam algumas representações a circularem mais que outras, a ponto de se afirmar de alguns grupos que “eles não podem representar a si mesmos, eles têm que ser representados” (MARX *apud* SAID, 2007, p. 52).

Essa sociedade “maior” pode ser analisada a partir de sua territorialização, lembrando a dialética que relaciona sociedade e substrato territorial. Na Geografia, isso exige ultrapassar as abordagens focadas apenas em aspectos materiais do espaço e da cultura. Um desses aspectos é o jornalismo.

Geografia da comunicação midiática

No jornalismo, a representação de lugares varia com sua localização e escala de abrangência da cobertura. Dado um recorte de público receptor, os contextos não-locais serão apresentados com algum detalhe, geralmente acompanhados de um mapa que localiza e acaba por generalizar a informação (NOVAES, 2010).

Ainda cabe colocar em evidência, ao se trabalhar com notícias de jornais, elementos geográficos como o lugar de enunciação, o lugar de recepção e as relações centro-periferia que organizarão tal geografia imaginativa. Uma forma de responder a tais desafios metodológicos é propor a existência de uma geografia da comunicação midiática, em que a notícia se situa territorialmente em três âmbitos:

1. Pelo exame político e cultural do lugar em que se encontra o emissor (o chamado lugar da enunciação): a que esse território se subordina cultural e politicamente? Quais territórios se subordinam a ele? Com que comunidade de interpretação (tradições/senso comum/representações sociais) dialoga o emissor? Quais são seus pressupostos espaciais, sua geografia imaginativa?

2. Dando ênfase ao objeto geográfico representado: de que espaço se trata? O que ele simboliza? Como ele é representado verbal e cartograficamente? Que generalizações são feitas?

3. Valorizando o lugar da recepção: qual a distância cultural entre a experiência do emissor e a do receptor? O que é necessário explicar a essa comunidade de interpretação? O que chama sua atenção e é noticiável?

A respeito do primeiro ponto, cabe esclarecer o que são lugares de enunciação. Ducrot e Todorov (2001, p. 289) conceituam enunciação como “os elementos pertencentes ao código da língua e cujos sentidos, no entanto, variam de uma enunciação para outra; por exemplo, eu, tu, aqui, agora etc.”. Por lugar de enunciação entende-se o aqui/agora do autor, jornalista ou pesquisador e de seus interlocutores, nas províncias e redes de poder e representação que o contextualizam. As notícias representam uma cultura espacialmente situada. O lugar da enunciação influi na representação do espaço formulada por cada agente: o agente é situado e a cultura em circulação no lugar condiciona-o, circunscrevendo as representações que ele cria (DORFMAN, 2009).

A análise do objeto geográfico pode se valer do exame das figuras de retórica, das metáforas e dos lugares-comuns associados ao fato: expressões como periferia, estrangeiro ou rural trazem valorações que podem ser reveladoras de relações de hierarquia ou exclusão. Na análise cartográfica, vale observar a que recortes se aplicam as informações, o que há de generalização de comportamentos, quanta reificação de territorializações hegemônicas está implícita nos mapas veiculados.

Quanto ao terceiro ponto, trata-se de observar o papel pedagógico que muitos textos jornalísticos assumem ao abordarem fatos ocorridos em situações remotas através das informações apresentadas para situar o leitor. Ainda nesse aspecto, pode-se examinar a construção de “fronteiras imaginadas” entre o leitor e os processos noticiados, criando simultaneamente comunidade e distância. Nesse ponto, cabe lembrar que as geografias imaginativas dialogam com a política e com a economia, com os fluxos culturais, econômicos e de muitas outras escalas que, incidindo sobre o lugar, influem na representação social do espaço, seja ela oral ou escrita.

Uma primeira informação pode ser obtida a partir da caracterização de diferentes veículos jornalísticos em termos de abrangência escalar: veículos locais, regionais, nacionais ou globais.

Veículos locais divulgam informações a partir de um contexto regional e periférico. Esses veículos podem ser caracterizados como pertencentes

a uma empresa jornalística, que visa lucro, portanto, tem interesses mercadológicos, comercializa espaço publicitário, dá cobertura aos acontecimentos locais, com a abordagem de assuntos diretamente sintonizados com a realidade local, que em geral não têm espaço na grande mídia (DORNELLES, 2008).

Os principais veículos de comunicação de massa em circulação nos estados brasileiros situam-se nas capitais e áreas próximas, correspondendo a uma organização da informação dentro de um modelo centro-periferia. Essa localização atribui elasticidade diferente às representações enunciadas: por exemplo, em Porto Alegre, escreve-se em nome do Rio Grande do Sul, com uma postura de pertencimento negociado ao Brasil – na expressão de Oliven (2006). No Rio de Janeiro ou em São Paulo, capitais culturais e políticas do Brasil, as notícias generalizam os processos como válidos para o conjunto da nação e do território brasileiro, enquanto em Paris, Londres ou Nova York observa-se, com frequência, a construção de representações ainda mais amplas e normatizantes.

Ao jogo das escalas, somam-se as rotinas produtivas. A produção de notícias tem, além do aspecto político e cultural, um caráter produtivo, com técnicas específicas e um *ethos* profissional que busca “reconstruir” os fatos nos moldes do olhar jornalístico.

Notícias e objetividade

A notícia, produto básico da atuação jornalística, consiste em uma unidade informativa cujo objetivo é descrever um acontecimento veiculando informações que, de acordo com os padrões jornalísticos, mereçam ser tornadas públicas. Jorge Pedro Souza caracteriza as notícias como:

Artefactos linguísticos que procuram representar determinados aspectos da realidade e que resultam de um processo de construção e fabrico onde interagem, entre outros, diversos factores de natureza pessoal, social, ideológica, cultural, histórica e do meio físico/tecnológico, que são difundidos pelos meios jornalísticos e aportam novidades com sentido compreensível num determinado momento histórico e num determinado meio sociocultural (ou seja, num determinado contexto), embora a atribuição última de sentido dependa do consumidor da notícia (SOUZA, 2006, p. 211).

O uso de notícias em pesquisas de áreas que não a Comunicação frequentemente tende a suprir a necessidade de uma contextualização ou recapitulação de certos fatos ou fenômenos para uma discussão posterior. No entanto, é comum encontrarmos análises mais genéricas, que partem do pressuposto de que há uma verdade nos desdobramentos de um determinado evento pelo simples fato de ter sido divulgado na imprensa ou, no extremo oposto, denunciam o veículo como “mentiroso” por discordarem do alinhamento de certos veículos jornalísticos com os grupos hegemônicos.

De fato, faz parte do senso comum considerar que, sendo uma forma de narrativa da vida social, a prática jornalística tenha seu princípio norteador na verdade. Apesar da obviedade aparente da importância desse conceito – e não só no jornalismo como na maior parte das áreas profissionais –, a verdade constitui-se em exigência para a descrição de um fato e é o que realmente faz com que a notícia venha a existir, como explicam Kovach e Rosenstiel (2003, p. 61): “com efeito, a verdade cria uma sensação de segurança que se origina da percepção dos fatos e está na essência das notícias”. No entanto, ressaltam os autores, a verdade pode ser questionada, tanto numa discussão filosófica ampla, como especificamente, pela evidente influência dos financiadores do veículo de comunicação (entre os quais se podem citar os governos e as empresas) nos conteúdos veiculados.

Cabe lembrar que os primeiros jornais eram veículos para as ideias de partidos políticos e que só mais recentemente passaram a ser financiados pelas propagandas comerciais. De qualquer forma, com o fortalecimento da democracia, a mídia jornalística passou a ser justificada a partir do compromisso com a verdade: “A promessa de veracidade e precisão logo se tornou uma parte poderosa até mesmo das primeiras tentativas de marketing do jornalismo” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p. 62-63). No entanto, mesmo com um princípio bem consolidado de jornalismo livre das pressões governamentais, a verdade, como um conceito abstrato e passível de discussão, é relativa. Kovach e Rosenstiel concluem que, ainda assim, há uma função bem delimitada para o jornalismo na busca pela verdade:

Essa ‘verdade jornalística’ é muito mais do que simples precisão. É um processo seletivo que se desenvolve entre a matéria inicial e a interação entre o público leitor e os jornalistas, ao longo do tempo. Esse princípio básico do jornalismo – a busca desinteressada da verdade – é, em última instância, o que diferencia a profissão de todas as outras formas de comunicação. [...] É o que o jornalista procura – uma forma prática e funcional da verdade. Não a verdade no sentido absoluto ou filosófico. Não a verdade de uma equação química. Mas o jornalismo pode – e deve – perseguir a verdade num sentido por meio do qual podemos funcionar no dia a dia (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p. 68).

Assim, a notícia, produto básico da atuação jornalística, não deve ocupar-se em descrever fielmente um acontecimento, ainda que se utilize inicialmente de dados exatos, mas sim em construí-lo da forma mais objetiva possível.

Segundo Tuchman *apud* Traquina (1999), há três fatores que influenciam a objetividade jornalística: a forma, o conteúdo e as relações interorganizacionais. A autora aponta que, no que tange à forma, os leitores compreendem os atributos das notícias por meio de uma estruturação recorrente que caracteriza o gênero: a chamada, o *lead* (*o que/quem?, quando?, onde?, como?, por quê?*) e o uso das aspas para citação de fontes entrevistadas com autoridade de causa, a contextualização ou restituição de momentos anteriores ao fato noticiado etc. O conteúdo seriam as noções de realidade social que os jornalistas acreditam terem sido adquiridas e

que serão relativas a diferentes contextos sociais e geográficos. Por fim, as relações interorganizacionais influenciam em determinadas práticas dentro das redações, o que pode ser exemplificado nas relações hierárquicas internas, através de cargos de chefia, premiações e sanções a jornalistas, ou ainda nas relações externas com fontes e anunciantes.

As relações externas parecem ter maior força, inclusive, no âmbito dos jornais locais. Para a autora, esses fatores são relevantes, não apenas por seus aspectos funcionais, mas também porque apontam para as estratégias de “proteção” à prática jornalística que, submetida à tirania do tempo, dificulta um levantamento mais aprofundado sobre o tema a ser tratado em determinada matéria: “O manuseamento da ‘estória’, isto é, o uso de certos procedimentos perceptíveis ao consumidor de notícia, protege o jornalista dos riscos de sua atividade, incluindo os críticos” (TUCHMAN *apud* TRAQUINA, 1999, p. 75). Assim, é conveniente ao jornalista profissional apoiar-se na objetividade e nas práticas já consolidadas no processo de fabricação das notícias. Essas são algumas razões pelas quais frequentemente as notícias se parecem entre si.

Noticiabilidade e definidores primários

Acredita-se que toda notícia seja uma construção social, baseada na imaginação geográfica e em critérios de noticiabilidade e na atuação do jornalista profissional, considerando-se o contexto organizacional em que este se insere, além de funcionar como aliada das instituições legitimadas. Essa constatação levou à consideração dos chamados “definidores primários” na análise qualitativa do material, isto é, na atenção às fontes oficiais e/ou influentes na vida pública, que acabam por dominar o noticiário, não raro orientando a abordagem do jornalista para um ou outro aspecto que envolva algum tipo de interesse.

A Teoria dos Definidores Primários, dentro da Teoria Estruturalista, considera a relação de poder existente na comunicação midiática, também reconhecendo que ela é sujeita às rotinas produtivas (PENA, 2005). Em outras palavras, as fontes mais recorrentemente acessadas pelos jornalistas representam o poder de certos grupos, além da facilidade e efetividade da busca de informação por esses profissionais.

Assim, os jornalistas cultivam relações com as fontes mais recorrentes e que ocupam cargos ou posições de destaque na vida pública; medem a importância da notícia pelo *status*/posição da fonte; priorizam fontes institucionais em função da produtividade (essas fontes podem fornecer mais informação útil de uma vez só, em vez de exigir maior esforço do jornalista por diferentes fontes com informações fragmentadas), conferindo maior credibilidade às fontes oficiais (TRAQUINA, 2005). Nesse contexto, os jornalistas atuam como definidores secundários que dominam as técnicas de produção, mas que as colocam a serviço das fontes privilegiadas,

definidoras primárias da importância de um tema (ROCHA, 2008).

Os processos produtivos são, assim, visíveis na cobertura jornalística: na prática, as assessorias de imprensa enviam *releases* para os veículos – frequentemente a um jornalista específico, já conhecido – avisando sobre alguma operação ou sobre a realização de uma conferência ou coletiva de imprensa com membros da instituição. Um papel de destaque na imprensa garante às instituições a divulgação do seu trabalho, evidenciando sua eficiência, criando justificativas para promoções, melhorias no equipamento e aumento de salários e efetivações.

Para Pena (2005, p. 50), o grande equívoco é considerar que a objetividade opõe-se à subjetividade, já que a construção dos fatos é tão complexa que inviabiliza classificá-los como expressão absoluta da realidade: “Pelo contrário, é preciso desconfiar desses fatos e criar um método que assegure algum rigor científico ao reportá-los”. Quanto a isso, Kovach e Rosenstiel (2003) explicam a existência de dois testes de verdade – a correspondência e a coerência –, que significariam, em termos jornalísticos, apurar corretamente os fatos, contextualizá-los e dar-lhes sentido. Desta forma, mais do que a verdade, o processo de construção da verdade e suas variáveis também vêm conferir à notícia sua utilidade.

Ainda assim, observam os dois autores, essa constatação carrega consigo uma incógnita que os livros técnicos de jornalismo ainda não solucionaram, justamente porque não há regras, padrões e métodos de observação que se apliquem totalmente ao jornalismo, como ocorre em outras áreas do conhecimento: “Embora a profissão tenha desenvolvido várias técnicas e convenções para determinar os fatos, pouco tem feito para desenvolver um *sistema* para testar a confiabilidade da interpretação jornalística” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p. 118).

Logo, as notícias são fontes de informação úteis, acessíveis e facilmente compreensíveis, mas convém considerar que, como qualquer construção textual, não há uma forma única de reportar um fato. Todas as notícias se utilizam de critérios técnicos ou ideológicos adotados na seleção e construção dos acontecimentos.

Análise de conteúdo: técnicas para a compreensão de mensagens

Em primeiro lugar, não se deve confundir análise de conteúdo com análise de discurso, que é integrado por diferentes disciplinas organizadas em torno de alguns grandes pólos, como: o estudo da interação social; o exame das situações de comunicação linguageira ou dos gêneros do discurso; a investigação sobre as condições de produção de conhecimentos ou posicionamentos ideológicos; a atenção à organização textual e às marcas de enunciação (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008, p. 45).

A análise de conteúdo (AC) inclui um conjunto de técnicas essencialmente empíricas para pesquisas na área das Ciências Humanas, Sociais e da Saúde. Ela tem

como objetivo avaliar o teor de mensagens em diferentes suportes – textual, gráfico, visual, sonoro etc. – utilizando-se de quantificação de todo o conteúdo, seguida de sua interpretação.

A análise quantitativa está focada na frequência com que aparecem certos elementos (termos, ideias, descrições, recursos visuais etc.). Os dados numéricos tratados posteriormente sob o prisma da análise crítica permitem ao pesquisador uma descrição mais detalhada do fenômeno estudado, já que as amostras podem derivar de mensagens tanto explícitas como implícitas (BARDIN, 1977).

No caso da análise do conteúdo de notícias, que é o foco deste artigo, a escolha das unidades que devem compor a amostra deve ser definida a partir de três aspectos: tema, período e veículo. Na área da Geografia, a escolha da temática que se quer acompanhar pode seguir múltiplas direções: pode-se utilizar o acompanhamento de notícias para descrever ou comparar alterações do meio urbano ou rural, para se chegar a informações de difícil acesso, como no caso das práticas ilegais, para compreender o impacto de um acontecimento em aspectos distintos (a construção de uma hidrelétrica e seu impacto econômico, social e ambiental, ou as consequências de um evento climático no turismo ou na diplomacia, por exemplo), dentre outros.

Quanto à escolha do período, evidentemente, deve-se partir do objetivo da pesquisa, podendo ser um período fechado no passado ou o acompanhamento diário de notícias por um dado tempo. De qualquer forma, o período deve ser claro e manter a coerência, até para que haja uma correspondência entre o ordenamento das notícias e os desdobramentos da situação real.

A coleta de notícias pode se dar em um período único ou em intervalos de dias, semanas, meses ou anos, desde que esses intervalos tenham uma relação com o comportamento do objeto da pesquisa. Além dos objetivos, outro aspecto que deve ser considerado de início é a viabilidade entre o volume de notícias e a capacidade de análise pelo pesquisador individual ou por sua equipe. Por exemplo, acompanhar o que todos os jornais ingleses divulgaram sobre o Mercosul em um ano, evidentemente, se torna uma pesquisa bastante demorada, tanto em função da coleta como do volume de dados a serem armazenados, quantificados e interpretados por um pesquisador individual.

Ainda nesse exemplo, pode-se optar por definir um pequeno número de veículos e acompanhá-los por um ano de forma intervalada (todas as notícias publicadas sobre determinado assunto em um veículo nos meses de janeiro, abril, julho e outubro, por exemplo), se tal escolha permitir chegar ao objetivo da pesquisa; ou estabelecer, a partir de um acontecimento, o período em que foi divulgado um volume substancial de mensagens – notícias publicadas por determinados jornais ingleses acerca da entrada ou saída de um país no Mercosul, por exemplo. Nesse caso, pode-se acompanhar o que foi publicado no dia em que a decisão foi ratificada e nas semanas seguintes, enquanto o assunto esteve em evidência na agenda midiática.

A escolha do veículo, por fim, tem uma correlação com a questão espacial ou de escala de análise. Para se coletar informações sobre obras de infraestrutura para a mobilidade urbana no município de Porto Alegre, na década de 1960, evidentemente, analisar as publicações de um jornal local ou regional faz mais sentido do que buscar tais notícias num jornal nacional. Acompanhar o que um grande jornal norteamericano divulgou sobre as manifestações de junho de 2013, por outro lado, pode servir para se compreender o olhar estrangeiro sobre os protestos.

Em ambos os casos, uma breve caracterização do veículo jornalístico que produz as notícias será útil no momento da análise do conteúdo das unidades textuais. Quem é seu proprietário, desde quando o mesmo é publicado, como o veículo jornalístico circula, qual o seu público, essas são informações que, ao serem explicitadas, ajudarão na interpretação das informações coletadas.

Para além das questões políticas que envolvem a postura editorial de um veículo, convém, em boa parte das vezes, compreender o posicionamento deste acerca de certos âmbitos da vida pública. Um jornal de direita ou esquerda irá selecionar e construir as notícias com sua inclinação, mesmo que sutil – o que, mesmo se tratando de notícias, é inevitável em qualquer lugar do mundo. Mais uma vez, a objetividade, em teoria, deve ser uma meta fixa na produção de notícias, mas a própria seleção de um fato já pressupõe o posicionamento editorial de um jornal, bem como a hierarquização das informações no texto ou a escolha das fontes entrevistadas. Dessa forma, dependendo da temática e dos objetivos da pesquisa, é importante levar a postura editorial em consideração.

Etapas da análise de conteúdo

Independentemente de as amostras serem compostas por notícias ou por outro formato textual, a análise de conteúdo se dá em três etapas: a pré-análise, a exploração dos resultados e a interpretação dos mesmos.

A pré-análise consiste no planejamento do trabalho, a partir da sistematização das ideias iniciais. Nessa fase, é realizada a escolha dos documentos utilizados na pesquisa, são formuladas as hipóteses e os objetivos e são definidos os indicadores a serem utilizados como referência durante a análise.

De modo geral, como observa Bardin (1977), quatro regras devem ser consideradas para a constituição do *corpus* da pesquisa: a regra da exaustividade, a regra da representatividade, a regra da homogeneidade e a regra da pertinência.

A regra da exaustividade sugere que todos os documentos, independentemente das peculiaridades que mantêm entre si, devem ser considerados rigidamente na pesquisa, por meio de um ou mais critérios, sem exclusão de nenhuma unidade pertinente à delimitação do *corpus*.

A regra da representatividade leva em conta a abrangência do universo a ser pesquisado – frequentemente, isso está relacionado com o período de coleta definido pelo pesquisador. Um assunto que não tenha sido muito abordado em uma emissora de TV durante determinado mês pode gerar um *corpus* pouco representativo, devendo-se, assim, reconsiderar o período, ou o veículo, ou o enfoque da seleção, ou qualquer outro aspecto definido inicialmente.

A regra da homogeneidade sustenta que os documentos obtidos devem partilhar características comuns, sendo da mesma natureza, gênero ou estarem relacionados ao mesmo tema. Por gênero jornalístico, queremos sublinhar que a forma, o conteúdo e a intenção de distintos textos presentes num veículo jornalístico devem ser identificados: notícias, editoriais, artigos opinativos, entrevistas etc. têm estrutura e intenções claramente diferentes. No caso de o *corpus* ser constituído por textos de diferentes gêneros jornalísticos, devem ser considerados critérios diferenciados de análise dos documentos, respeitando, assim, sua homogeneidade (FONSECA, 2006).

Por fim, a regra da pertinência diz respeito à adequação dos documentos aos objetivos do pesquisador: A análise dessas notícias contribui para a pesquisa? O veículo, o formato das mensagens ou o período considerados estão de acordo com o que estou buscando responder?

Depois que todas as notícias foram coletadas e armazenadas, constituindo, inicialmente, o *corpus* da pesquisa, parte-se para o contato inicial, a leitura flutuante sobre tudo o que foi selecionado. Essa fase permite ao pesquisador deixar-se levar por suas impressões e orientações (FONSECA, 2006). Neste momento, pode ocorrer a formulação de hipóteses que venham a ser consideradas na pesquisa. Outro aspecto essencial é a depuração da amostra que será efetivamente considerada: notícias que não se enquadram no tema ou objetivo propostos devem ser descartadas. Assim, essa fase se conclui chegando-se à configuração definitiva do *corpus* da pesquisa e às inferências iniciais do investigador, que podem alterar ou reafirmar os rumos do estudo.

A etapa de exploração do material consiste na sistematização dos documentos, agrupados de acordo com características comuns que importam à análise. Trata-se do emprego das técnicas de quantificação sobre o *corpus* (FONSECA, 2006). Após o fechamento da amostra, e feitas as inferências iniciais, parte-se para a catalogação do material. Cada notícia será explorada com base em categorias de análise pensadas para convergir com os objetivos da pesquisa. Título da matéria, palavras-chave, tipos de fontes entrevistadas (órgãos do governo, autoridades científicas, testemunhas de um fato, empresários etc.), locais de ocorrência de um acontecimento, uso de adjetivos etc., são alguns exemplos de categorias. Uma pesquisa visando compreender a exclusão social de moradores da periferia no debate sobre impactos das obras de

infraestrutura para megaeventos, por exemplo, pode ter uma categoria de análise voltada à opinião desses moradores sobre essa questão. A melhor forma de organizar as notícias e as categorias observadas é a criação de fichas de análise para cada unidade noticiosa. O Quadro 1 exemplifica uma forma de catalogação do material.

Quadro 1: Exemplo de ficha de análise em uma pesquisa sobre a participação de moradores na definição de obras públicas voltadas para megaeventos.

Veículo	Sul 21
Título	Movimentos sociais e moradores da periferia caminham juntos na vila Cruzeiro
Data	05/07/2013
Local	Porto Alegre, bairro Santa Tereza
Temática	Despejos
Palavras-chave	Moradia; Despejo; Obras; Copa do Mundo; Protesto
Fontes	Prefeitura Municipal; militante; documento; Associação de moradores; moradores da comunidade;
Opinião de moradores	<p>“O pessoal aqui ainda tem muito temor de protestar, pensam que isso pode piorar esta situação (<i>das remoções</i>) que já é complicada. Mas eu acho maravilhosa a ideia de pressionar a Prefeitura com esta manifestação”</p> <p>“Não existe uma noite em que os ratos não entrem nos nossos lençóis. Como não tem mais muro, as pessoas mijam nas nossas paredes e já tentaram arrombar a casa”</p> <p>“É uma boa. Com essa manifestação pode ser que mude, vai sair na televisão”</p> <p>“O povo que vai receber está sendo massacrado”</p> <p>“Simplesmente nos ignoram”</p>
Hiperlink	http://www.sul21.com.br/jornal/movimentos-sociais-e-moradores-da-periferia-caminham-juntos-na-vila-cruzeiro/
Outros recursos	Fotos dos protestos.

Fonte: elaboração de Grimberg e Dorfman (2014).

Uma organização sistemática nesses moldes pode ser feita a partir de *softwares* como Microsoft Excel, SPSS e NVivo, dentre outros. Esses são recursos úteis, importante, sobretudo, por permitir uma melhor visualização dos resultados por meio de gráficos e tabelas.

A análise de conteúdo para textos jornalísticos pode focar-se na representação perante a imprensa, no próprio posicionamento editorial de um veículo ou grupo de veículos, ou nas informações extraídas das notícias em si, sem relação direta com os processos jornalísticos. Logo, a última etapa, a interpretação, busca esclarecer o pesquisador a partir do objetivo traçado no início do estudo.

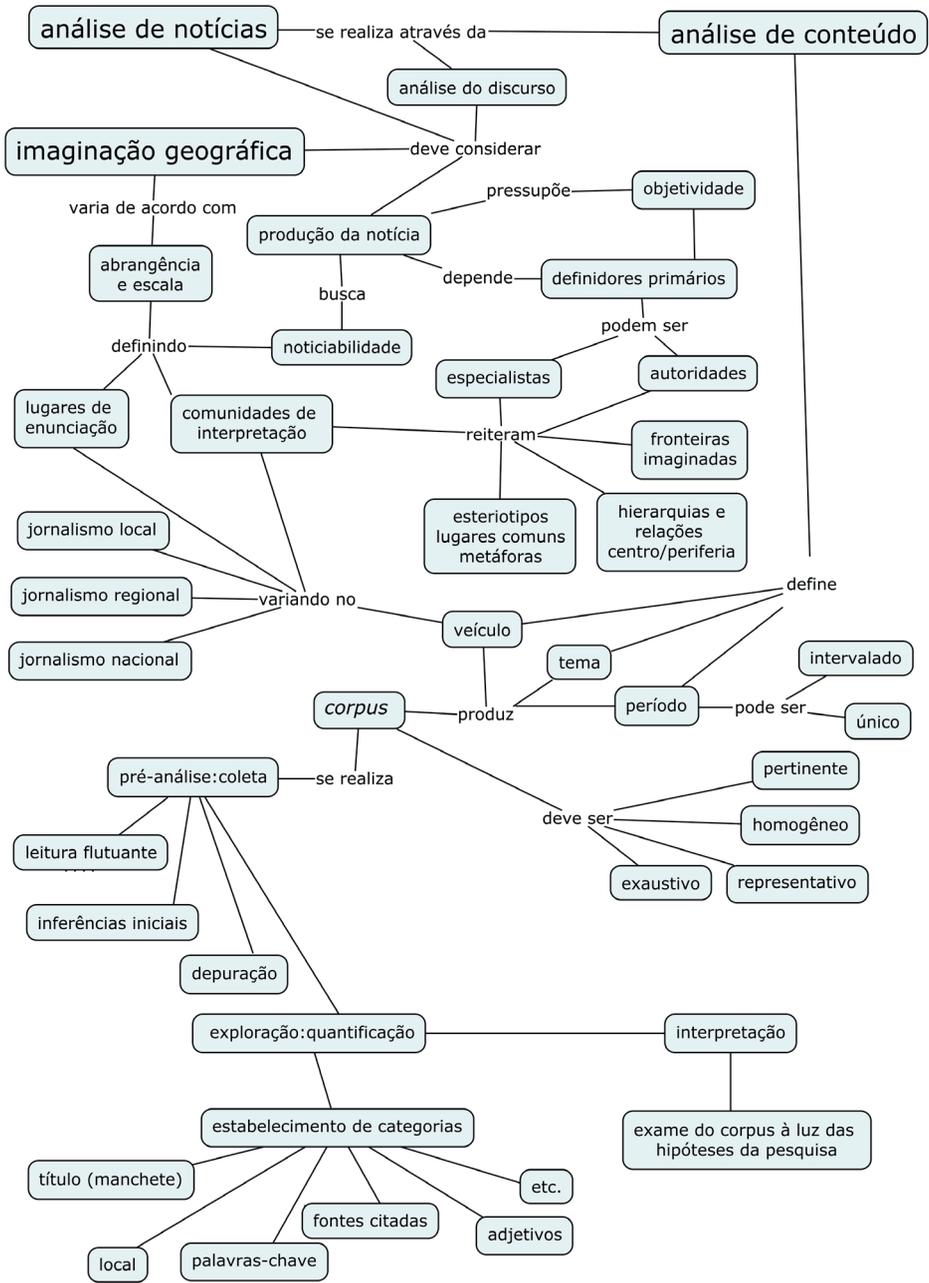
Considerações finais

Burgess e Gold *apud* Novaes (2010, p. 9) afirmam que, até a década de 1970, os geógrafos faziam análises quantitativas do crescimento das telecomunicações, e a partir de então há uma valorização de estudos sobre o “conteúdo das reportagens e seu impacto nas imagens individuais e grupais dos lugares”, em busca de significados e repercussões das informações veiculadas pelos meios de comunicação, particularmente pela imprensa. Como geógrafos, cabe-nos inserir a geografia no texto em análise. Talvez a imagem seja inversa, cabe-nos também exumar a geografia presente nos textos, contextualizando-os espacialmente, sublinhando as injunções sociais, políticas e culturais que os originam e que os mesmos terminam por moldar.

Os usos ligados à própria dinâmica dos fatos foram menos problematizados na literatura corrente, e é dentro dessa linha que nos propusemos a sugerir algumas considerações a serem feitas envolvendo as particularidades dos processos jornalísticos e do texto noticioso, de modo a tornar a análise de notícias mais organizada e efetiva. Além da análise de conteúdo, cabe salientar, há outros métodos de análise de notícias, sendo a análise de discurso também bastante comum. No entanto, em boa parte das vezes em que as notícias sobre certo fato são incluídas em um estudo enquadrado em outras áreas, acredita-se que a análise de conteúdo possa prestar um auxílio por si só satisfatório, por ser mais simples, mais objetiva e propor uma boa confiabilidade nos resultados.

Um resumo da discussão e dos procedimentos aqui explorados encontra-se na Figura 1, a seguir.

Figura 1: Imaginação geográfica e análise de notícias em pesquisas na Geografia



Fonte: GRIMBERG; DORFMAN, 2014.

Referências

- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: 70, 1977.
- CHARADEAU, P.; MAINGUENEAU, D. **Dicionário analítico de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2008.
- DORFMAN, A. **Contrabandistas na fronteira gaúcha: escalas geográficas e representações textuais**. 2009. 360 f. Tese (Doutorado em Geografia) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- DORNELLES, Beatriz. Características do jornalismo impresso local e suas interfaces com jornais comunitários. **Alceu**, v. 8, n. 16. jan/jun 2008.
- DUCROT, O.; TODOROV, T. **Dicionário enciclopédico das ciências da linguagem**. São Paulo: Perspectiva, 2001.
- FONSECA, W. C. Análise de conteúdo. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008.
- GAMALHO, N. P. **A Produção da periferia: das representações do espaço ao espaço de representação no Bairro Restinga**. 2009. 159 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- GRIMBERG, D.. **Territorialidades da Imprensa: Estudo da noticiabilidade sobre as fronteiras sul-rio-grandenses em veículos de diferentes escalas de circulação**. Dissertação de Mestrado. Pontifícia Universidade Católica Rio Grande do Sul, 2014. Disponível em: <<http://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/5890/1/000458473-Texto%2BCompleto-0.pdf>> Acesso em 31 out. 2014.
- GRIMBERG, D. de S.; DORFMAN, A. Alcances e limites do acompanhamento de notícias na pesquisa sobre o contrabando de agrotóxicos na Região Sul do Brasil. In: COSTA, G.V.L. da; BIVAR, V. dos S.B. **Fronteiras em questão: múltiplos olhares**. Campo Grande: EdUFMS, 2014, p. 35-52.
- KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir**. São Paulo: Geração, 2003.
- MOSCOVICI, S. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. Rio de Janeiro: Vozes, 2003.
- NOVAES, A. R. **Fronteiras mapeadas: geografia imaginativa das fronteiras sul-americanas na cartografia da imprensa brasileira**. 2010. 370 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.
- OLIVEN, R. G. **A parte e o todo. A diversidade cultural no Brasil nação**. Petrópolis: Vozes, 2006.
- PENA, F. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.
- SAID, E. O orientalismo reconsiderado. In: SAID, E. **Reflexões sobre o exílio**. São Paulo: Cia. das Letras, 2003. p. 61-78.

- SAID, E. **Orientalismo**: o Oriente como invenção do Ocidente. São Paulo: Cia. das Letras, 2007.
- SOUZA, J. P. **Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos media**. Porto: UFP, 2006. 423 p.
- SOUZA, J. P. **As notícias e os seus efeitos**. Coimbra: Minerva Editora, 2000.
- TRAQUINA, N. **Jornalismo**: questões, teorias e estórias. Lisboa: Vega, 1999.
- TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2005.
- VIEIRA, D. M. **Percursos negros em Porto Alegre**: estratégias geográficas para educação. Monografia (Graduação em Geografia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2013.