

Avanços da investigação em Comunicação Política

Doris Graber

Universidade de Illinois

Resumo:

A comunicação política tem conhecido rápidos avanços durante este último século, graças às novas tecnologias. Nestas incluem-se os progressos na análise de conteúdo através de programas informáticos que aumentam a velocidade de processamento de dados e melhoram o seu grau de exactidão, bem como recentes descobertas na área da análise psicofisiológica que permitem medir as reacções humanas a estímulos sem necessidade de recurso a exercícios subjectivos de auto-análise. As novas ferramentas tem vindo a tornar mais simples a exploração de novas áreas de investigação como o papel das emoções na comunicação, as reacções das audiências à informação política apresentadas nas notícias mais leves e formatos de entretenimento, bem como o impacto das notícias que surgem em blogs. Os avanços de monta conseguidos na área da comunicação política favorecem o aperfeiçoamento da democracia, uma vez que revelam as áreas de maior fraqueza do actual sistema político bem como possíveis soluções para o mesmo.

Palavras-chave:

Análise de conteúdo por computador; Medição de actividade cerebral; Tipologias de aprendizagem política; O papel dos blogs que abordam a política.

Uma das maneiras de abordar os avanços na investigação da comunicação política e, simultaneamente, responder à questão de saber como é que os jornalistas servem a democracia, é analisar as revistas académicas que se debruçam sobre a investigação em comunicação política, tentando ver se os temas que aparecem nestas revistas reflectem assuntos importantes para a democracia. Uma avaliação global e geral é a de que existe um número apreciável de artigos de investigação que incidem sobre assuntos importantes para a democracia. A sua qualidade, é, no entanto, questionável, encontrando-se alguns muito bons e outros muito maus. Existem também muitas lacunas, isto é,

há muitos assuntos importantes em termos de desenvolvimento da democracia que não são abordados.

O Quadro 1 mostra uma lista de revistas acadêmicas europeias e americanas das quais foram analisados artigos relevantes em termos de comunicação política. As edições do *European Journals*, do *European Journal of Communication*, do *International Journal of Public Opinion Research* e do *Comunicación y Sociedad* foram as mais ricas em termos de artigos com tópicos importantes para a democracia.

Onde estamos?: Conteúdo Jornais 2000-04

| EUROPEAN JOURNALS | # | U.S. JOURNALS | # |
|--|------------|--|------------|
| <i>Comunicación y Sociedad</i> | 31 | <i>Communication Research</i> | 16 |
| <i>Cuadernos de Información y Comunicación</i> | 19 | <i>Harvard Int'l Journal of Press/Politics</i> | 40 |
| <i>Discourse & Society</i> | 18 | <i>J'l. of Communication</i> | 17 |
| <i>Discourse Studies</i> | 4 | <i>J'l. of Media & Religion</i> | 3 |
| <i>European J'l of Communication</i> | 40 | <i>J'l. of Media Economics</i> | 4 |
| <i>Historia y Comunicación Social</i> | 27 | <i>New Media & Society</i> | 10 |
| <i>Intern. J'l. of Public Opinion Res.</i> | 33 | <i>Political Communication</i> | 40 |
| | | <i>Television & New Media</i> | 3 |
| Total | 172 | Total | 133 |

Quadro 1

O Quadro 2 mostra o tipo de temas publicados, verificando-se relativamente aos primeiros nove temas uma sobreposição de assuntos relacionados com a comunicação política nas revistas europeias e nas americanas. Por outro lado, apenas num número reduzido de revistas não existe cobertura de temas relevantes. Assim, aproximadamente 23% de todos os temas nas revistas americanas lidam com eleições, tema que embora crucial, possui demasiada ênfase nas revistas americanas. Comparativamente, nas revistas europeias apenas 7% de todos os temas abordam os tópicos eleições e campanha eleitoral, o que representa uma diferença significativa.

PRINCIPAIS TEMAS ABORDADOS NOS JORNAIS EUROPEUS/AMERICANOS

| TEMAS -- EUROPA | % | TEEMAS – EUA | % |
|-------------------------------|-----------|-----------------------------|-----------|
| <i>Agenda Setting</i> ** | 13 | <i>Agenda Setting</i> | 3 |
| Novos Media | 12 | Novos Media | 10 |
| <i>Discurso Político</i> * | 10 | <i>Discurso Político</i> | 5 |
| Opinião Pública | 9 | Opinião Pública | 7 |
| Regulação, economia | 9 | Regulação, economia | 5 |
| Questões Interesse Público | 8 | Questões Interesse Público | 4 |
| Práticas Jornalísticas | 7 | Práticas Jornalísticas | 4 |
| <i>Eleições/Campanhas</i> *** | 7 | <i>Eleições/Campanhas</i> | 23 |
| Distorção Mediática | 5 | Distorção Mediática | 3 |
| Consumo de Conteúdos | 5 | Envolvimento Cívico | 10 |
| Cultura Política | 3 | Relações Internacionais | 9 |
| Liberdade de Imprensa | 3 | Processamento de Informação | 7 |
| Totais | 91 | Totais | 90 |

Quadro 2

A segunda área em que existe elevada discrepância é a da organização e estruturação dos temas a tratar e, neste aspecto, as revistas europeias dão muito mais atenção aos assuntos de política que deveriam preocupar os cidadãos. Nas revistas americanas apenas 3% dos jornais salienta esse tipo de assuntos.

A área assinalada na parte inferior do Quadro 2 é o discurso político, que parece ser um tema muito mais popular nas revistas europeias (10%) do que nas americanas (5%).

Novas ferramentas da investigação

Deixando para outra oportunidade a discussão sobre as implicações dos dados constantes dos Quadros 1 e 2, vejamos algumas das novas ferramentas disponíveis para quem estuda a comunicação política. A primeira é a análise do conteúdo, um a técnica minuciosa e demorada. Estão neste momento em desenvolvimento programas computadorizados para a análise aprofundada de conteúdo, em termos qualitativos e quantitativos. É já possível analisar grandes blocos de texto, identificar os principais temas abordados e a maneira como são tratados. Trata-se de uma ferramenta importante para a identificação das mensagens políticas.

Outra nova ferramenta que aperfeiçoará muito a análise de conteúdo consiste na possibilidade de transcrição automática em computador de discursos obtidos em entrevistas ou por outras formas.

Uma terceira ferramenta respeita às sondagens de opinião, essenciais em comunicação política mas que se deparam com a dificuldade cada vez maior de conseguir a participação dos cidadãos. Um dos grandes problemas reside no facto de hoje em dia as pessoas usarem mais telemóveis do que telefones fixos e por isso não se poder contactá-las como se fazia anteriormente, o que torna difícil obter uma amostra extensa. Além disso, trata-se de um processo moroso e caro.

A alternativa que tem sido usada e se encontra em experimentação e desenvolvimento é a votação na Internet. Inicialmente existiram preocupações pelo facto de a amostra assim obtida poder não ser fiável. Os novos métodos desenvolvidos asseguram, contudo, que o processo de amostragem é aceitável, embora exista ainda o problema de a Internet não abranger todas as pessoas. Contudo, a comparação entre entrevistas realizadas pessoalmente, por telefone ou via internet produziram resultados idênticos. Aliás, a votação *online* é bastante mais eficaz para atingir um grupo mais amplo de pessoas e é menos cara, pelo que é provável que daqui a algum tempo haja mais pessoas a participarem em sondagens.

Uma quarta nova ferramenta, é de natureza psico-fisiológica e caracteriza-se pela utilização de formas de medição, em vez de o habitual registo feito pelo investigador do que as pessoas dizem durante as entrevistas. Por exemplo, é possível com o novo método avaliar os aspectos a eu as pessoas prestam atenção, como reagem a determinado aspecto, se com susto ou agrado. Essa avaliação é feita através da medição dos músculos da face e do movimento dos olhos, aspectos que estão para além do auto-controlo consciente. Esses instrumentos, que permitem uma avaliação em larga escala, estão a tornar-se mais baratos e mais sofisticados, constituindo uma ferramenta que permitirá aos investigadores da comunicação política trabalhar mais rapidamente e de uma forma mais eficaz e económica.

Por último, uma nova ferramenta permite analisar a imagem por ressonância magnética funcional ou RMF. Trata-se de uma técnica recente e relativamente nova que coloca as pessoas numa máquina sujeitando-as a estímulos que poderão ser um anúncio político ou outro tipo de mensagem, verificando-se depois que partes do cérebro são activadas por essa mensagem. Esta técnica aplica-se quando, por exemplo, se quer saber se determinadas mensagens assustam realmente as pessoas sem lhes perguntar directamente. Os neurocientistas conseguiram estabelecer um mapa do cérebro, de modo a saber onde se localizam os centros importantes, por exemplo, onde se processa a sensação do medo, do prazer, da excitação. Isso permite uma informação muito mais objectiva e menos dependente do habitual relatório em que as pessoas comunicam o que sentem.

Territórios da investigação

Parte importante da investigação em comunicação política são alguns dos novos territórios, como os blogs, o papel das emoções, as notícias ditas “ligeiras” (*soft news*) e o *infotainment* ou seja, a abordagem da política através do entretenimento.

Vejamos em primeiro lugar, o poder dos blogs. Os blogs permitem que as pessoas disponibilizem as suas opiniões através da Internet, as quais são vistas e ouvidas por outras pessoas. A maior vantagem dos blogs consiste no facto de serem um instrumento democrático. São uma espécie de megafone para o poder, uma vez que qualquer pessoa, mesmo com técnicas e recursos mínimos, pode publicar o mesmo tipo de informação publicada pela televisão e pelos jornais, isto é, pode transmitir mensagens sobre temas políticos. Os blogs marcam um ritmo aos media, isto é, quando um assunto é transmitido por um blog, não por apenas um blog mas por um número razoável de blogs, os media sentem-se na obrigação de abordar esse assunto. Por exemplo, perante um escândalo ambiental em que os responsáveis se mostrassem incompetentes, se os blogs decidissem analisar o assunto os jornais e a televisão sentiriam a necessidade de o fazer também. Assim, os blogs podem funcionar como simples blogs para as pessoas que utilizam a Internet, mas podem também constituir-se como catalizadores de opiniões para os media tradicionais.

Contudo, apesar dos seus benefícios os blogs podem também ser poluidores, distribuindo lixo na Internet de uma maneira incontrolável. De facto, qualquer pessoa pode fazê-lo, situação que é já hoje real.

Um novo território é o das emoções que os estudos tradicionais de comunicação política colocaram de parte durante muito tempo. Os políticos sabem que através do estímulo das emoções conseguem atrair a atenção dos cidadãos, particularmente quando se estimula o sentimento do medo. Até há pouco, os investigadores afirmavam que sob o estímulo das emoções as pessoas não agiam racionalmente e, por isso, estimular emoções era considerado negativo. Contudo, o que a nova investigação demonstra é que estimulando emoções se consegue atrair a atenção e que isso não é mau, muito pelo contrário, uma vez que quando as pessoas estão emocionadas o seu sistema hormonal é estimulado e isso melhora o conhecimento e aumenta a memória. Ora, o que se pretende é exactamente que as pessoas melhorem a sua memória e a capacidade de pensar a política, através do sistema duplo de percepção do cérebro. O sistema duplo significa que na maior parte das vezes se age de maneira rotineira, sem pensar no que se está a fazer, ao mesmo tempo que noutras formas de agir existe um estímulo que leva a pensar. Se, por exemplo, numa conferência o orador está

familiarizado com um auditório, entra na sala com gestos quase automáticos. Se não está familiarizado, é levado a olhar à volta e afixar alguns pormenores. Aliás, seria penoso necessitar de lembrar sempre a maior parte das coisas que já se conhecem.

No Quadro 3, podem ver-se guiões subconscientes para comportamentos de rotina e guiões para comportamentos conscientes. Em ambos os casos existe a consciência do ambiente e do que está em redor. Contudo, é o terceiro e último ponto que é importante. Uma vez accionado o estímulo hormonal as pessoas tornam-se cognitivamente activas, começando a pensar. É esse o papel das emoções: permitirem que as pessoas pensem. Na rotina subconsciente não se pensa verdadeiramente, mas muitas vezes quando se está em estado de excitação pode sentir-se um rubor no rosto ou um acelerar do coração. E mesmo quando não se está a pensar sobre algo, existe um conhecimento subconsciente desses tipos de comportamento. Assim, as emoções são eficazes para estimular as pessoas e levá-las a pensar, o que significa que a compreensão e a memória funcionam melhor.

O sistema de de dupla monitorização cerebral

Actos de Rotina

- **Narrativas subconscientes: comportamentos de rotina**
- **Sensibilidade externa: feedback ambiental**
- **Sensibilidade Interna: Feedback corporal**

Actos conscientes

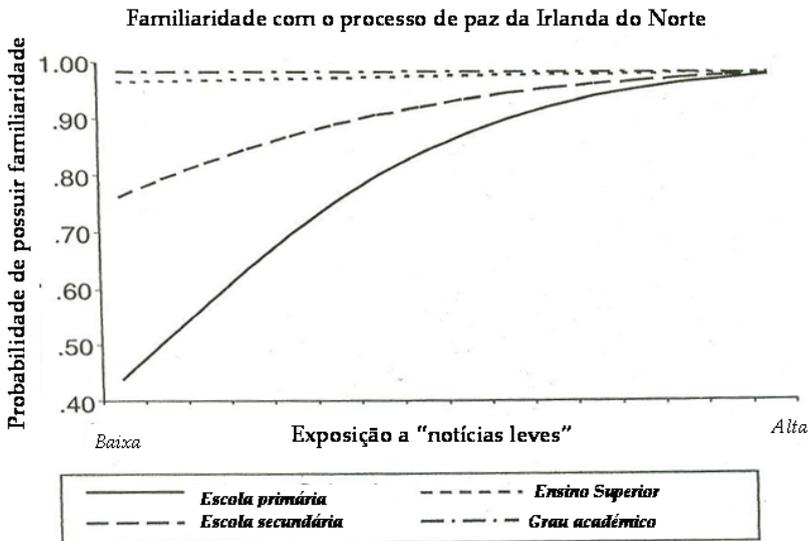
- **Narrativas subconscientes: comportamentos de rotina**
- **Sensibilidade externa: feedback ambiental**
- **Emergência cognitiva: acções conscientes**

Quadro 3

Outra área importante baseia-se no facto de se ter provado que as pessoas prestam mais atenção ao que se passa se a informação for apresentada no chamado formato “soft news” (“notícias de teor leve”, isto é, notícias que servem de algum modo de entretenimento).

No Quadro 4 pode ver-se um diagrama que mostra como as pessoas estavam familiarizadas com o Processo de Paz da Irlanda do Norte, que não é propriamente o tipo de acontecimento a que a generalidade das pessoas presta atenção. Observando a linha de baixo, verifica-se que se refere a pessoas com educação escolar primária que foram sensibilizadas para o tema através do processo de “soft news”, com etapas de conhecimento iguais às de pessoas com educação escolar secundária. Este tipo de notícias tem sido criticado por diminuir a apreensão da informação. De facto, até certo ponto, diminui, embora seja útil para um número alargado de pessoas que não possui um nível elevado de educação, mas como cidadão tem direito a receber informação política. Ora, é um dado positivo que isso se consiga através de “soft news”.

O Foco das “Notícias leves”: p.e. “Soft News Goes to War” de Mathew Baum



Quadro 4

Séries televisivas

Um projecto interessante em que estou envolvida consiste numa pesquisa sobre o que as pessoas aprendem a partir das séries televisivas emitidas em horário nobre. O interesse deste estudo reside no facto de se tratar de programas que interessam a muitas pessoas, tendo em vista as enormes audiências que atingem, constituindo, por isso, uma situação ideal para investigação. De facto,

em termos da dimensão da audiência, estas séries alcançam audiências a nível mundial, sendo transmitidas em vários países europeus, na Ásia e noutras regiões. Só nos Estados Unidos têm audiências de 13 a 23 milhões de pessoas que passam regularmente entre 20 a 25 semanas sentadas frente à televisão assistindo a essas séries entre 30 a 60 minutos diários. E quando lhes é perguntado se se recordam das personagens e dos acontecimentos, as respostas são positivas numa imensa maioria de casos.

Muitos dos programas que passam em horário nobre na televisão americana contêm episódios baseados em problemas políticos actuais e debatem aspectos que acontecem no mundo real. Dez desses programas têm vindo a ser analisados. De entre os que possuem assinalável conteúdo político destacam-se: *The West Wing* e *24*, que lidam directamente com a política, nomeadamente a presidência dos Estados Unidos; *The Simpsons* e *Family Guy*, que lidam com o Governo local e a política diária; *The Sopranos* e *CSI* que expõem assuntos de crime organizado e não organizado, sem dúvida temas políticos importantes. Com menor conteúdo político apontam-se, *ER*, e *Grey's Anatomy*, que lidam com o serviço de urgência e assuntos de saúde e *Friends* e *Lost* que descrevem como os americanos vivem normalmente e como sobrevivem numa ilha deserta.

O processo de investigação destas séries abrangeu uma análise de conteúdo, com o objectivo de identificar temas políticos, tendo sido encontrado bastante conteúdo dessa natureza. Foram analisados os fóruns de discussão na Internet, que nascem do facto de esses programas serem tão populares que as pessoas os debatem na Internet. São chamados fóruns de discussão, de assuntos políticos. A investigação realizada encontrou nesse meio um importante debate de assuntos políticos, dos quais se destacam, como exemplo, o seguro mínimo de saúde, o funcionamento do sistema de justiça criminal com comparações valorativas entre o que se passa no programa e o que acontece no mundo real.

Por outro lado, usam-se experiências tradicionais, retirando cenas do programa, expondo-as para depois se medir e ver se as pessoas aprenderam e o que aprenderam após terem sido expostas a esses estímulos. Os resultados mostram que houve aprendizagem sobre temas políticos. Seguiram-se entrevistas ao telefone, nas quais se encontrou também aquisição de novas informações sobre o mundo da política. Essas entrevistas foram realizadas nos Estados Unidos com sequência nos Países Baixos e na Grécia, a fim de se obterem dados comparativos de diferentes culturas. Ora, relativamente aos temas da actualidade política, as experiências mostram que as pessoas adquirem efectivamente conhecimentos sobre política a partir das séries televisivas.

Conhecimentos apreendidos

Existem quatro tipos de conhecimentos apreendidos através do método utilizado na investigação: o primeiro denomina-se *notícias processuais* e é o mais importante. Consiste em as pessoas verem algo susceptível de identificação e associação a outras coisas. Não há descrição nem discussão, sendo as imagens vistas por cada pessoa. Se, no programa por exemplo, as pessoas vêem o Presidente na sua actividade, começam a aperceber-se da complexidade do cargo. Quando vêem pessoas pobres, no papel de personagens no serviço de urgência às quais não são dadas as oportunidades de recuperação que as pessoas com dinheiro têm em sistemas como o americano em que não existe seguro automático, começam a perceber a gravidade do problema. Quando, por outro lado, vêem os imigrantes no seu ambiente real, começam a perceber a importância destes problemas e qual a solução que podem ter.

O segundo tipo refere-se aos dados e informações factuais e concretos dados a ver. Até agora têm-se sempre usado esses dados para avaliar quanto as pessoas aprendem. Contudo, elas nunca aprendem muito sobre os dados factuais, porque em primeiro lugar eles são difíceis de apreender e de memorizar e se não há um teste final, como na escola em que é verdadeiramente exigida uma aprendizagem, a probabilidade de aprender não é grande. Com efeito, aprendem-se alguns factos a partir das séries mas tal como nas notícias de televisão e de jornais, em geral, essa aprendizagem não é muito elevada. A aprendizagem processual (contextual) atrás referida é bastante melhor. Aprende-se o contexto, isto é, se o programa mostrar a forma como os médicos operam, apreendem-se as condições difíceis das pessoas que vivem nos campos. É, pois, o contexto e não a história concreta a proporcionar uma maior aprendizagem.

Um último aspecto sobre o que se aprende com esta metodologia refere-se a situações relevantes para a investigação que surgem espontaneamente. Aconteceu assim no caso de um espectador que disse ter aprendido na série uma técnica para atrair as pessoas que o procurassem no caso de se encontrar perdido numa ilha deserta.

Informação política

O Quadro 5 mostra os temas de informação política apreendidos na investigação realizada. Como se pode verificar, existem vários itens que incluem políticas públicas de actualidade; questões relacionadas com o funcionamento dos funcionários públicos; agências públicas pertencentes ao Governo; direitos dos cidadãos; opinião pública; assuntos de saúde; temas históricos; Lei da

Um quadro-resumo da informação política

- **Políticas Públicas** – imigração, impostos
- **Funcionários Públicos** – competências e autoridade
- **Institutos Públicos** – FEMA, FBI, HUD
- **Direitos dos cidadãos** – contratos, tutela
- **Opinião pública** – anti-guerra, anti-árabe
- **Questões de saúde pública** – emergências, seguros de saúde
- **Tópicos históricos** – Guerra do Vietname; Watergate
- **Leis da Família** – Gravidez em adolescentes, testamentos
- **Constituição dos EUA** – 1a, 4a, 14a emendas
- **Estilos de Vida** – papéis géneros sexuais, pobreza
- **Justiça** – papel dos advogados oficiais, prisões
- **Interações sociais de grupo** – conflitos, liderança

Quadro 5

Família; aspectos sobre a Constituição americana; assuntos da Justiça Criminal e interações de grupo.

Trata-se de uma enorme lista de assuntos políticos sobre os quais as pessoas podem ter informação através de programas de televisão. Não será, talvez, a situação ideal de aprendizagem da política, mas a grande maioria das pessoas aparentemente aprende mais neste tipo de programas do que da atenção regular às notícias.

Conclusão

Em termos de avaliação global sobre a influência das séries televisivas na apreensão de valores democráticos, pode dizer-se que apesar de muito criticados, as notícias leves (“soft news”) e os programas de entretenimento não são antitéticos relativamente à informação. Embora nem sempre o que se aprende nesses programas seja correcto ou útil isso acontece também na informação noticiosa. A investigação mostra que a democracia beneficia quando os cidadãos, os media e as elites políticas trocam informação sobre política através de conceitos de senso comum e em linguagem corrente.

Por outro lado, os blogs, com todas as suas desvantagens, são úteis à democracia por permitirem a qualquer cidadão ter voz na política, o que era até agora difícil.

Finalmente, o estímulo emocional presente nas notícias leves e no entretenimento torna mais atractivas as mensagens políticas emitidas nesses formatos, ao contrário da aridez e formalidade das notícias factuais. Muitas vezes, as pessoas não prestam atenção às notícias porque as acham desinteressantes e sem ligação a matérias que directamente lhes dizem respeito.