

JORGE HUMBERTO RAMOS FERNANDES

BAIRRO
COVA DA MOURA
NOS TÍTULOS DE IMPRENSA

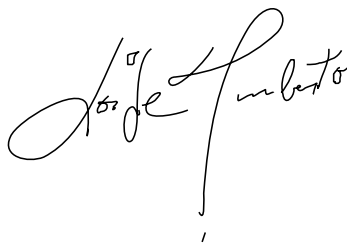


Título: Bairro Alto da Cova da Moura nos títulos de imprensa
Autor: Jorge Humberto Ramos Fernandes
1ª Edição, Novembro de 2016
Paginação e *design* da capa: Jorge Humberto Ramos Fernandes
Obra de arte utilizada na capa: Miranda Brito, artista plástico
Fotografia da obra de arte: Alexandre Serra
Edição: Jorge Humberto, 2016
Revisão: Fátima Marques, Cristina Cássio,
Rodolfo Aparício, Jorge Humberto
ISBN: 978-989-20-3759-2
Dep. Legal n.º 386437/15
Registado na Inspeção-geral das Actividades Culturais,
N.º de registo IGAC: 2770/2015
Impressão: Europress, Indústria Gráfica

Este livro não está redigido segundo o novo Acordo Ortográfico.
Nenhuma parte desta publicação pode ser reproduzida, armazenada ou transmitida
em qualquer forma ou meio sem a prévia permissão por escrito do autor e editor.
Reservados os direitos de publicação total ou parcial de acordo com a legislação.

Dedicado à minha mãe.

Com amor, gratidão e saudade.

A handwritten signature in black ink, written in a cursive style. The signature appears to be "João de Fátima". The first part "João" is written with a large, looping 'J'. The second part "de" is smaller and more compact. The third part "Fátima" is written with a large, sweeping 'F' that extends downwards and then loops back up to the right. There is a small vertical tick mark below the end of the signature.

ÍNDICE

Prefácio de Eng. Ângelo Correia	7
Prefácio de Profa. Maria Ramos	9
Prefácio de Dr. Eugénio Fonseca	11
Nota prévia	12
Resumo	14
<i>Abstract</i>	15
Introdução	17
Capítulo 1. Bairro Alto da Cova da Moura	25
1.1 Enquadramento histórico e sua evolução	25
Capítulo 2. O jornalismo e a construção social da realidade	41
Capítulo 3. O título de imprensa	47
Capítulo 4. Teorias do jornalismo	55
4.1 A teoria do espelho	55
4.2 A teoria da acção pessoal ou do «gatekeeper»	58
4.3 A teoria organizacional	62
4.4 Os efeitos sociais dos meios de comunicação social	65
4.4.1 Da teoria hipodérmica ao paradigma do «agenda-setting»	67
4.4.2 O paradigma do «agenda-setting»	69
4.4.3 Agenda mediática e agenda pública	72
4.4.4 Conceitos fundamentais para o entendimento do paradigma	74
Capítulo 5. Metodologia	79
5.1 Delimitação do <i>Corpus</i> de análise	79
5.2 Análise de conteúdo	82
5.3 Caracterização da amostra	85
5.4 Procedimento	87
Capítulo 6. Ficha sinalética e <i>Dossier</i> de identidade	93
6.1 Ficha sinalética: <i>Correio da Manhã, Público e Expresso</i>	93
6.2 <i>Dossier</i> de identidade: <i>Correio da Manhã, Público e Expresso</i>	94
Capítulo 7. Temáticas abordadas	107
7.1 Grupos temáticos e Categorias	107
Capítulo 8. Resultados e discussão	115
8.1 Resultados	115
8.2 Discussão dos resultados	133
Análise comparativa anos 2011 e 2012	153
Considerações finais	163
Posfácio de Prof. Ricardo Vieira	169
Nota final de Dr. Rui Pereira	171
Referências bibliográficas	175
Índice de anexos e figuras	185
Índice de quadros e gráficos	186 e 188
Anexos	189
Rosa Pereira Ramos (Rosita)	206

PREFÁCIO | Eng. Ângelo Correia

A realidade dos espaços, onde se verificam interações de natureza multicultural, é complexa, difícil por isso de analisar, e sujeita a múltiplas interpretações, muitas vezes dependentes de preconceitos ou visões político-ideológicas.

Neste relevante trabalho de Mestrado, o seu autor coloca-se perante a informação que alguns destacados meios de comunicação social produziram, ou seja, posiciona-se perante eles como se comportasse como um “filtro”. Essa postura reduz substancialmente o papel da sua própria matriz interpretativa, procurando assim assumir maior rigor e distanciamento na análise da questão. (...)

PREFÁCIO | Profa. Maria Ramos

A viagem que Jorge Humberto Fernandes nos convida a fazer nas páginas deste livro leva-nos a explorar essa preciosa capacidade humana para a auto-reflexividade, nem sempre utilizada de modo eficaz. A profusão de estímulos a que estamos sujeitos, sendo os *media* um dos maiores fornecedores, tende a desviar-nos da essência de alguns dos fenómenos que nos circundam.

O *Bairro Cova da Moura nos títulos da imprensa*, que muito me honra prefaciá-lo, é um exercício de análise da construção e desconstrução de uma realidade social bem conhecida pelo autor que lança um olhar sobre um universo simbólico pejado de arquétipos e estereótipos facilmente sujeito ao que Mauro Wolf denominou de “distorção involuntária”. (...)