

## **Representações e práticas de recepção dos *media* informativos: uma abordagem empírica qualitativa**

Ana Maria Horta

Escola Superior de Comunicação Social (IPL)

### **Resumo**

Com base num conjunto de entrevistas realizadas junto de indivíduos com qualificações académicas muito diferenciadas, procura-se demonstrar como diversas disposições sociais, incorporadas a respeito quer da posição na estratificação social quer do jornalismo, estão relacionadas com as representações e as práticas individuais no âmbito da recepção dos *media*.

No campo de estudo da comunicação mediática, a investigação portuguesa acerca das questões relativas à recepção tem sido muito limitada. O conhecimento desta área parece quase reduzir-se aos dados produzidos para medição de audiências, numa perspectiva económica e comercial. Têm sido realizados diversos inquéritos científicos, mas a inclusão de perguntas acerca da relação entre os indivíduos e os *media* tende a ser diminuta, destinando-se sobretudo à caracterização social dos respondentes. Exceptuam-se alguns escassos inquéritos às práticas culturais, embora também aqui, no conjunto das actividades abrangidas, pareça perder-se um pouco da especificidade da comunicação mediática, sobretudo no que diz respeito à informação.

Os dados aqui apresentados traduzem assim uma abordagem pouco frequente desta temática. Resultando da realização de um conjunto de entrevistas semi-directivas que tinham como objectivos, entre outros, obter informação sobre as práticas de recepção mediática e as representações relativas à informação produzida, sobretudo, pela imprensa, permitem estabelecer comparações entre as representações e práticas declaradas por indivíduos pertencentes a uma fracção da elite intelectual e científica e as de indivíduos com condições socioprofissionais baixas ou medianamente qualificadas.

No total foram entrevistados trinta e um indivíduos, entre Fevereiro e Abril de 2005, na área da Grande Lisboa. De acordo com o modelo de análise da investigação<sup>1</sup> mais vasta em que se enquadram estas entrevistas, cerca de metade da amostra de indivíduos é composta por docentes universitários, sendo que os restantes apresentam qualificações escolares e profissionais mais baixas. Dos quinze docentes universitários entrevistados, doze detinham o grau de doutoramento, dois tinham mestrado e um apenas licenciatura, sendo seis mulheres e nove homens e apresentando idades entre 36 e 64 anos. Dos 16 entrevistados restantes, oito mulheres e oito homens, com idades entre 24 e 74 anos, quatro tinham atingido a 4ª classe, três não tinham estudado além do 6º ano, quatro atingiram no máximo o 9º ano de escolaridade, três tinham entre o 10º e o 12º ano e dois completaram uma licenciatura. Os entrevistados deste segundo grupo desempenhavam actividades profissionais diversificadas, embora dois estivessem desempregados e três fossem reformados.

Nas entrevistas realizadas é possível, antes de mais, identificar algumas disposições sociais associadas ao consumo mediático, verificando-se uma significativa regularidade na variação das disposições face à recepção dos media por parte de indivíduos com diferentes condições sociais de existência. Efectivamente, tal como se defende nesta comunicação e tem sido observado por vários sociólogos, a obtenção de respostas acerca deste género de práticas tende a ser afectada pelas disposições socialmente incorporadas pelos inquiridos a esse respeito. Na análise dos dados de inquéritos é assim necessário ter presente a distinção entre as práticas declaradas e as práticas efectivas de recepção dos *media* (Pais, 1994). De facto, utilizando-se metodologias de observação indirecta, têm oportunidade de intervir nas declarações dos actores sobre as suas próprias práticas algumas distorções que se prendem com aquilo que os indivíduos consideram ser socialmente desejável responder face às estratégias de projecção da sua própria imagem social, tendo em conta a densa rede de disposições sociais associadas à exposição e apropriação dos bens culturais. Segundo Pierre Bourdieu (1982: 330), há uma tendência para que as práticas socialmente valorizadas sejam sobrestimadas, devido à propensão dos inquiridos para aproximarem-se, «pelo menos pelo discurso, da prática reconhecida como legítima».

---

<sup>1</sup> Com o apoio do Prodep, no âmbito do financiamento de acções de doutoramento.

Esta tendência poderá explicar-se pelo facto de os consumos mediáticos estarem estreitamente associados à estratificação social e à posse de capital cultural, podendo constituir formas de distinção ou exibição cultural e intelectual. Assim, pode observar-se em primeiro lugar que há uma significativa diferença entre os discursos sobre as próprias práticas dos indivíduos mais escolarizados e os dos restantes, sendo entre os primeiros que se verifica uma maior sensibilidade às disposições incorporadas sobre a recepção dos media. Como diz Pierre Bourdieu (2003: 253),

«os títulos escolares, sobretudo evidentemente os mais prestigiados, (...) vinculam os seus titulares a classes que os exortam a ter “classe”.»

Nesta perspectiva, os docentes universitários, detentores das mais elevadas credenciais académicas e, simultaneamente, socialmente identificados com lugares de classe muito prestigiados, são particularmente compelidos a apresentar determinadas práticas de consumo mediático. Em contrapartida, os indivíduos menos qualificados escolar e profissionalmente podem permitir-se transparecer a sua falta de informação, sobretudo se forem mulheres: «Sou mesmo uma mal informada! [risos]» (E4: F24, 11<sup>o</sup>).<sup>2</sup> Esta observação indica que os indivíduos situados em lugares de classe com mais baixo capital cultural não partilham os mesmos sistemas de disposições face à recepção dos media que os detentores de elevado volume de capital cultural.

A clara distinção, ou hierarquização social, dos diversos meios de comunicação e, particularmente, as atitudes relativamente ao visionamento televisivo parecem, a este respeito, esclarecedoras. De facto, a conotação negativa atribuída à televisão pode ser tão forte que por vezes é objecto de quase total desprezo, uma rejeição que nas entrevistas realizadas não se encontra relativamente a nenhum outro meio, a não ser talvez as revistas mais populares e desqualificadas. Assim, muitos professores universitários declaram quase não ver televisão e dois deles declaram efectivamente não ter, por opção, um televisor em casa (E17: M47, D e E28: F36, M). Esta observação não constitui novidade. Como diz Maria de Lourdes Lima dos Santos (1988: 689), tal como as «camadas cultivadas do século XVII» «designavam como bárbaras, grosseiras e indignas da sua atenção» as manifestações da cultura popular, relativamente à cultura de

---

<sup>2</sup> A identificação dos entrevistados obedece à seguinte ordem de codificação: número da entrevista (E); género; idade; grau de escolaridade.

massa «produtores e consumidores da cultura cultivada têm vindo a demarcar-se ostensivamente e a adoptar um comportamento de rejeição etnocentrista».

Esta desclassificação da televisão é particularmente notória quando se trata da programação que não os telejornais. As telenovelas e os programas de entretenimento que normalmente preenchem o *prime time* dos canais generalistas, obtendo os mais importantes indicadores de audiência, encontram-se banidos do discurso dos mais escolarizados sobre as próprias práticas de exposição aos *media*. E se algum destes entrevistados admite algum visionamento de programação pouco prestigiada, enfatiza a brevidade com que o faz e descreve um contexto desculpabilizante, pela necessidade de evasão e descontração, menosprezando o conteúdo televisivo pela quase total falta de atenção, que o leva, como que em «auto-hipnose» (E25: M47, D), a não saber, sequer, o que está a ver.

«(...) normalmente, depois de jantar, estou... uns minutinhos sentada no sofá... a ver, às vezes, nem sei bem o quê... [risos] É mais para relaxar a cabeça... porque confesso que muitas vezes estou tão cansada que fico a dormir, logo... [risos]» (E23: F47, D)

Deste modo, entre a elite intelectual e científica, ver televisão é uma prática considerada desprestigiante, excepto tratando-se de certos telejornais ou programas de informação, ou ainda de algum «filme bom» (E19: M43, D). Neste contexto, surge como uma prática particularmente selectiva e selecta o recurso ao DVD para ver filmes.

Em contrapartida, entre os entrevistados com menor capital cultural, as disposições incorporadas face à televisão permitem-lhes afirmar gostar do pequeno ecrã, embora valorizando a informação e omitindo o visionamento de programas populares:

«Não vejo muito porque não tenho muito tempo, mas... quando eu estou em casa... gosto, gosto de ver televisão. (...) ver notícias, ver isto, ver aquilo, gosto de ver...» (E5: M49, 4ª)

Verifica-se pois que a informação, estar-se informado sobre a actualidade, é objecto de uma grande valorização social por parte da cultura dominante. Daí que a imprensa escrita seja particularmente prezada. Mas neste sector existe uma evidente hierarquização, resultante de um sistema de disposições sociais bem definido: entre os detentores de elevado capital cultural as revistas, excepto no caso de serem consideradas especializadas ou de informação geral, são desprestigiadas, ridicularizadas, quase proscritas. Poucos admitem comprá-las, o que já não sucede entre as classes com menos capital cultural. Esta divisão social do prestígio também se pode detectar ao nível da

imprensa diária generalista, entre os jornais que são considerados de qualidade, sobretudo o *Expresso* e o *Público*, e os restantes, os «que requerem menos atenção» (E2: M35, 12º), como o *24 Horas* e o *Correio da Manhã*. Neste domínio verifica-se que os entrevistados mais escolarizados operam essa distinção nomeando (dizendo ler, exibindo) ou esquecendo (ignorando, parecendo desconhecer) determinados títulos de jornais. Já os entrevistados com profissões pouco qualificadas, mostram conhecer todos os jornais, caracterizando-os individualmente, como estratégia de classificação social.

Deste modo, no que diz respeito às disposições sociais que condicionam os discursos produzidos pelos indivíduos relativamente às suas próprias práticas de recepção dos media, verifica-se haver uma forte percepção social da cotação em termos de prestígio atribuído a cada um dos meios de comunicação que, por sua vez, condiciona as práticas individuais de recepção.

Neste contexto, sobressai a clivagem entre o visionamento televisivo e a leitura de jornais generalistas. Enquanto a primeira é conotada com a cultura de massa, acessível a todos num país pouco escolarizado, a segunda está mais próxima da cultura cultivada, letrada, sendo mais exclusiva. Alguns aspectos parecem justificar a manutenção desta clivagem, como o facto de a imprensa partilhar com a «grande tradição» a característica distintiva da perenidade, face à volatilidade e à produção contínua (em série) da televisão; ou por à leitura se associar a ideia de actividade, na medida em que supõe a descodificação da escrita e a prévia aquisição dessa competência, enquanto o visionamento televisivo sugere uma aparente passividade; também porque na linguagem do audiovisual dominam a sensação, a emoção e a modulação, enquanto a abstracção dos caracteres escritos apela ao pensamento (Babin, 1993); ou ainda por haver uma crescente participação da população anónima na programação televisiva, enquanto a imprensa continua a assegurar o fechamento da opinião publicada ao círculo das elites; ou até porque a tradição filosófica e a cultura escolar desvalorizam a imagem a favor da expressão das ideias (o pensamento, o saber) pela palavra, sobretudo se escrita e, maximamente, em livro.

A evidência destas disposições sociais face às práticas receptivas dos media permite assim supor que, relativamente aos dados obtidos acerca dos hábitos de exposição aos *media* dos entrevistados, haja nas práticas declaradas uma sobreavaliação da efectiva leitura de jornais e, inversamente, alguma subavaliação do visionamento televisivo.

Ora, os dados obtidos relativamente à leitura de jornais permitem a identificação dos seguintes seis tipos de recepção. O mais frequente nas entrevistas realizadas é o tipo do pequeno leitor, isto é, aquele que raramente lê jornais ou, quando lê, fá-lo muito superficialmente, dá «só uma vista de olhos» (E7: F46, 9º; E9: M36, 9º), ou limita-se a ler «as gordas» (E24: M49, M), podendo nem passar da primeira página. Mas há também quem costume contactar com os jornais apenas através das revistas de imprensa de alguns noticiários televisivos (E10: F44, 4ª). Agrupa-se nesta categoria a maioria dos entrevistados menos classificados socialmente e todas as mulheres que não dispõem de diploma do ensino superior, mas também um docente do ensino superior.

O segundo tipo mais frequente é o do leitor semanal, que apresenta a característica específica de ler quase exclusivamente o semanário *Expresso*. Justificando-se com a falta de tempo para leitura durante a semana, e subentendendo-se um reconhecimento do prestígio atribuído ao *Expresso*, diversos entrevistados declaram comprar e ler habitualmente este semanário, ocasionalmente acompanhado ou substituído por outros títulos considerados de qualidade, como o diário *Público* e a revista *Visão*. Todos os entrevistados categorizados neste grupo possuem pelo menos o grau de licenciatura.

O terceiro tipo que emerge das entrevistas é o do leitor frequente, que se caracteriza por ler jornais várias vezes por semana, de forma pouco sistemática, irregular. Nalguns casos há um jornal preferido, noutros, uma alternância entre dois títulos, a que por vezes se acrescenta um terceiro. Trata-se do tipo mais transversal do ponto de vista da classe social, embora dominado por indivíduos que exercem profissionalmente a docência universitária.

Regista-se ainda um novo tipo de leitor, que se caracteriza por ler as edições electrónicas dos jornais na internet. No caso do entrevistado que melhor representa este ideal-tipo, a leitura é feita exclusivamente pela internet (E22: M48, D). Os restantes entrevistados complementam essa leitura com o *Expresso*, ou, ocasionalmente, algum diário editado em papel. Via internet a frequência de leitura de jornais aumenta, podendo ser diária ou quase, no entanto, porque «é mais confortável ler [em papel] do que ler no computador» (E25: M47, D), diminui a duração da leitura, tornando-se mais exactamente uma consulta, pelo que os próprios entrevistados utilizam os verbos «ver» («vejo... jornais *on line*...» [E31: F47, D]) ou «consultar» (E25: M47, D), em vez de «ler». Através da internet, alguns entrevistados declaram consultar também diversos

títulos da imprensa estrangeira. Nesta categoria incluíram-se apenas docentes universitários, de ambos os sexos.

Há ainda o tipo de leitor de jornais exclusivamente desportivos, embora com uma frequência de leitura tendencialmente baixa. Os entrevistados aqui incluídos são pouco escolarizados e do género masculino.

Finalmente, incluindo um único entrevistado, surge o tipo do grande leitor de jornais. Caracteriza-se por acompanhar, mais do que ler, diariamente, «religiosamente» (E18: M64, D), um jornal, o *Público*, complementando regularmente essa leitura, em dias específicos da semana, com outros, como o *Diário de Notícias*, as revistas *Visão* e *Sábado* e os semanários *O Independente* e *Expresso*. Trata-se de um leitor habitual, sistemático, cumulativo, e a sua posição na estratificação social é tão elevada quanto possível a um professor catedrático. Como diz José Machado Pais (1994: 236),

«a propensão à leitura de jornais, não é demais repeti-lo, é directamente proporcional à posição na hierarquia social. Quem mais tem (capital económico e cultural) mais lê, quem menos tem menos lê.»

Compondo-se esta amostra, em metade dos casos, por indivíduos pertencentes a um dos grupos sócio-profissionais que apresentam maior disposição para a leitura de jornais, e sendo, mesmo assim, as práticas declaradas de exposição à imprensa tão pouco frequentes, é legítimo questionar o grau de interferência das representações acima descritas associadas a estas práticas nos dados geralmente obtidos nos inquéritos e sondagens. Supõe-se, deste modo, que o já referido diferencial existente entre as práticas declaradas e as efectivas práticas de leitura seja superior ao que se esperaria.

Em contrapartida, é sem surpresa que se verifica que a televisão surge como o principal meio de obtenção de informação de muitos dos entrevistados, principalmente os menos escolarizados.

«Naturalmente que será a televisão, não é? Basta acender e estar... se não estivermos a ver estamos a ouvir...» (E2: M35, 12º)

De um modo geral, e salvaguardando-se sobretudo o caso de dois não-espectadores, os entrevistados vêem (pelo menos parcialmente) o telejornal diário. Alguns, cerca de um terço dos entrevistados (quer sejam mais ou menos escolarizados), declaram, em média, ver televisão entre meia hora a uma hora por dia. Outro terço declara ver diariamente,

durante a semana, entre uma hora e meia e duas, ultrapassando essa média ao fim-de-semana. E um número mais reduzido afirma ver diariamente mais de duas horas.

Relativamente à audição de rádio, há uma clara divisão da amostra entre os que não ouvem de todo (alguns porque não têm sequer telefonia) ou ouvem muito pouco (só quando, ocasionalmente, andam de carro) e os que ouvem muitíssimo, diariamente. Nesta situação encontram-se os que ouvem em casa (preferencialmente música, informação ou ambos), os que ouvem no carro e os que ouvem no local de trabalho (quase exclusivamente música). Esta diversidade de situações de audição de rádio prende-se com a versatilidade e a funcionalidade do uso deste meio. Interferindo pouco por não exigir a visão, e por vezes nem a interpretação de palavras faladas, permite a criação de uma sonoridade ambiente, um «contexto físico», «uma espécie assim de... espessura do ar...» (E25: M47, D) que para alguns entrevistados «serve para concentrar» (E25: M47, D) durante o trabalho, embora para outros «aquilo» também possa «cansar» (E14: F57, 6º). Pode em situação oposta ser também usada em tempo de lazer, ouvindo-se então «uma musicazinha» «para desanuviar», «aliviar o stress» (E5: M49, 4ª). A sua fácil portabilidade permite-lhe surgir, além disso, como «aquela companhia que anda connosco no carro» (E26: M42, D). Esta diversidade de contextos e conteúdos que caracterizam a exposição à rádio permitem-lhe tornar-se um meio que atravessa a estratificação social do público, não sendo possível, com base nos dados disponíveis, associá-lo genericamente a grupos mais ou menos destituídos de capital cultural.

É relativamente à utilização da internet que se verifica uma clara divisão social dos entrevistados entre os mais e os menos escolarizados. Assim, nenhum dos que não detém uma qualificação escolar de nível superior utiliza a internet, excepto um caso, que começou «a usar há pouco tempo» (E29: M25, 9º). E inversamente, só um dos entrevistados com pelo menos o grau de licenciatura nunca utiliza. Os restantes dividem-se equitativamente entre os que utilizam bastante, sobretudo no local de trabalho e para fins profissionais, e os que o fazem menos frequentemente, à medida da sua necessidade: «quando tenho que utilizar, utilizo» (E3: M37, L).

Sendo certo que a maior parte dos entrevistados não lê jornais muito frequentemente, é interessante verificar como relativamente à informação oferecida pela imprensa, quase todos têm ideias formadas. Verifica-se ainda que a generalidade dos entrevistados demonstra insatisfação relativamente à informação oferecida pelos jornais.

Este descontentamento é transversal ao estatuto sócio-profissional dos entrevistados, embora seja possível verificar que enquanto os menos qualificados tendem a centrar a sua crítica no comercialismo da imprensa e conseqüente recurso ao sensacionalismo, pela visibilidade da primeira página dos jornais, os mais qualificados tendem a acrescentar observações mais finas, que por vezes se prendem com o que não é visível, podendo inclusivamente resultar de alguma experiência pessoal de contacto com a produção de informação jornalística. Além disso, estes últimos tendem a dar mais relevância à opinião publicada do que os primeiros, cuja crítica surge centrada exclusivamente na informação, o que talvez se justifique por a opinião ser um género característico da imprensa de referência, menos frequentemente lida pelos grupos com menor escolaridade, mas talvez também por os entrevistados mais escolarizados pertencerem a um dos grupos sociais de recrutamento para esse tipo de produção discursiva.

Da análise realizada às respostas obtidas resultam as seguintes categorias em que se agrupam as críticas enunciadas pelos entrevistados relativamente à informação oferecida pelos jornais generalistas nacionais: falibilidade da informação publicada, incumprimento das funções sociais da imprensa, comercialismo, sensacionalismo e partidarismo. Estas representações induzem no público uma generalizada falta de confiança e insatisfação relativamente ao que é publicado. E embora nas entrevistas haja uma diferenciação entre a imprensa sensacionalista e a de referência (E17: M47, D), ou seja, entre as «muitas publicações» que são «sensacionalistas» e as que ainda fazem «bom jornalismo» (E3: M37, L), predomina a representação da insatisfação.

«Não. Não confio... ah... Faço um esforço... de... de ler entre as linhas... de cruzar informação, para obter uma informação que resulta... dessas leituras cruzadas... mas... assim... de uma forma taxativa... naquilo que é dito... assim... de uma forma completamente aberta, não confio... não, não confio... porque sei que existe imensa... manipulação e... existem... imensos... ah, interesses e grupos de pressão... que têm formas insidiosas de veicular os seus pontos de vista através... dos media... e eles fazem, consciente ou inconscientemente, mas são... veículos... (...)» (E25: M47, D)

De facto, há a percepção de que por vezes as notícias «são manipuladas» (E2: M35, 12º), são «um bocado especulativas» (E12: F56, 10º), veiculam-se «boatos» (E1: M47, 6º), alguma da informação «vem deturpada, ou vem com outro sentido» (E15: F60, L), e que a produção jornalística está sujeita a «limitações e enviesamentos» (E22: M48, D), não sendo transmitida «a cem por cento» (E8: F28, L). E sente-se que, pelo contrário, a

imprensa deveria desempenhar um papel caracterizado pela independência e pela responsabilidade, mas também pela produção de uma informação completa. De facto, face à «grande» falta de informação (E9: M36, 9º) da população portuguesa, a imprensa devia «informar mais as pessoas» (E5: M49, 4ª), «explicar melhor» (E8: F28, L), «aprofundar mais» a informação (E9: M36, 9º), evitando «usar palavreado caro» (E8: F28, L), uma vez que, actualmente, as pessoas «não ficam bem cientes do que é que se passa» (E9: M36, 9º) e que, por vezes, não percebem «nada» do que vem escrito nos jornais (E8: F28, L).

A este respeito as críticas tendem a responsabilizar concretamente o exercício profissional do jornalismo, e não tanto as condições de produção da informação. Mas, por outro lado, os jornais como um todo são também considerados «tendenciosos» (E12: F56, 10º; E30: F37, D) e, «a maioria» deles, «partidários» (E13: F56, 6º), estando não só sujeitos às tendências que decorrem das orientações políticas dos directores (E12: F56, 10º) e aos interesses dos «grupos» que os financiam, e que «de alguma maneira hão-de influenciar» (E2: M35, 12º) o sentido das notícias, como também dependentes da «filtragem da informação» que é operada por diversos «intermediários com algum interesse» (E26: M42, D) e do «alinhamento» com a ideologia dominante a nível global (E25: M47, D), que impede que mesmo a imprensa de referência seja tão plural como deveria (E17: M47, D).

Estas representações revelam a existência de um modelo ideal da prática jornalística partilhado de forma genérica pelos entrevistados menos e mais qualificados. Na base deste modelo está a ideia, clássica no jornalismo, da objectividade como paradigma profissional. Segundo Denis McQuail (2003: 174), as principais características da objectividade traduzem-se no distanciamento e na neutralidade face ao objecto a reportar, no não partidarismo, na exactidão e noutros critérios de veracidade. Este autor sugere que as audiências tendem a compreender bastante bem este princípio de acção e que o reconhecimento público da prática da objectividade reforça a credibilidade e a confiança na informação e opinião oferecidas pelos *media* (McQuail, 2003). Ora, o que a análise realizada permite observar é uma erosão da confiança e satisfação dos entrevistados relativamente à prática informativa da imprensa precisamente pelo confronto entre as expectativas do público, baseadas num modelo ideal de jornalismo socialmente partilhado, e as práticas percebidas da imprensa.

No contexto dos países da Europa ocidental, Portugal situa-se tradicionalmente no conjunto daqueles cujas populações menos frequentemente lêem jornais. Embora a imprensa beneficie de disposições sócio-culturais bastante favoráveis, incorporadas no processo de socialização e potenciadas pela escolarização, o confronto entre o que os leitores esperam dos jornais e as práticas jornalísticas observadas tende a contribuir para os baixos níveis de satisfação e de confiança verificados entre a generalidade dos entrevistados. Ora, sendo certo que os portugueses lêem pouco, parece igualmente baixa a gratificação obtida na informação publicada pela imprensa. E tal como sugere a teoria dos usos e gratificações dos media, dessa relação entre público e meio de comunicação depende a eventual influência da informação transmitida. A análise das representações aqui apresentada sugere assim a necessidade de se procurar compreender melhor a influência da relação entre as disposições e expectativas da população face à informação e a observação das práticas jornalísticas.

## **Bibliografia**

**Babin**, Pierre, *Linguagem e Cultura dos Media*, Venda Nova, Bertrand, 1993.

**Bourdieu**, Pierre, «Reprodução cultural e reprodução social» in S. Grácio, S. Miranda e S. Stoer (org.), *Sociologia da Educação I*, Lisboa, Livros Horizonte, 1982, pp. 327-368.

**Bourdieu**, Pierre, «Cultura e política» (1980) in *Questões de Sociologia*, Lisboa, Fim de Século, 2003, pp. 247-261.

**McQuail**, Denis, *Teoria da Comunicação de Massas*, Lisboa, Gulbenkian, 2003.

**Pais**, José Machado Pais (coord.), *Práticas Culturais dos Lisboaetas. Resultados do inquérito realizado em 1994 aos habitantes da Grande Lisboa*, Lisboa, ICS, 1994.

**Santos**, Maria de Lourdes Lima dos, «Questionamento à volta de três noções (a grande cultura, a cultura popular, a cultura de massa)» in *Análise Social*, nº 101-102, 1988, pp. 689-702.