



Ana João Pires Mamede

JORNALISMO DE PROXIMIDADE

O CASO DO DIÁRIO DE COIMBRA

Relatório de Estágio do Mestrado em Jornalismo e Comunicação, orientado pelo/a Professor/a Doutor/a José Carlos Costa dos Santos Camponez, apresentado ao Departamento de Filosofia, Comunicação e Informação da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

Fevereiro de 2022

FACULDADE DE LETRAS

JORNALISMO DE PROXIMIDADE O CASO DO DIÁRIO DE COIMBRA

Ficha Técnica

Tipo de trabalho	Relatório de Estágio
Título	Jornalismo de Proximidade
Subtítulo	O caso do Diário de Coimbra
Autor/a	Ana João Pires Mamede
Orientador/a(s)	Doutor José Carlos Costa dos Santos Camponez
Júri	Presidente: Doutor Sílvio Manuel Rodrigues Correia dos Santos
	Vogais:
	1. Doutor Miguel Ângelo Rodrigues Midões
	2. Doutor José Carlos Costa dos Santos Camponez
Identificação do Curso	2º Ciclo em Jornalismo e Comunicação
Área científica	Jornalismo e Comunicação
Especialidade/Ramo	Profissional
Data da defesa	15 de fevereiro de 2022
Classificação do Relatório	17 valores
Classificação do Estágio e Relatório	17 valores

Agradecimentos

Este relatório simboliza o fim de um percurso de cinco anos que não teria sido possível sem o apoio, cooperação, dedicação, sacrifício e amor por parte de várias pessoas ao longo do meu percurso académico.

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer às figuras principais que contribuíram para a minha chegada e êxito até aqui: aos meus pais, Paula e Manuel Mamede, agradeço todo o esforço que fizeram para tornar possível o meu ingresso no Ensino Superior.

À minha irmã, Adriana, e restante família por toda a ajuda e conselhos ao longo da minha licenciatura e mestrado e, acima de tudo, por nunca terem duvidado de mim, nem das minhas capacidades. Tudo o que sou, devo-o a vocês.

Ao meu namorado, Diogo, por todo o apoio, amor, palavras de força e horas que passou a fazer-me companhia no meu quarto enquanto eu trabalhava, sem nunca se queixar.

A todos os docentes que me acompanharam durante o Mestrado em Jornalismo e Comunicação e tanto me ensinaram. Um agradecimento especial ao professor Carlos Camponez, pela paciência, pela compreensão e conselhos nos momentos difíceis, pela eficácia na orientação e pela ajuda na produção deste relatório.

Um enorme reconhecimento a toda a equipa que forma a redação do *Diário de Coimbra*. A oportunidade que me foi oferecida de integrar, durante três meses, a redação do jornal, revelou-se como uma das fases mais enriquecedoras da minha vida. Um cumprimento especial para o meu orientador de estágio, João Luís Campos, e para a chefe de redação, Ana Margalho, cuja boa disposição, inteira disponibilidade, ensinamentos e sinceridade me vão acompanhar ao longo de todo o meu percurso profissional.

Uma última palavra a todos os meus amigos e colegas de curso, em especial à Marisa Rodrigues, ao Miguel Simões e ao Duarte Côrte-Real, assim como às minhas afilhadas e afilhado, Inês Tavares, Alexandra Rodrigues e Bruno Oliveira, que fizeram o tempo que passei em Coimbra, tornar-se uma experiência única, inesquecível, cheia de amor, alegria, aventura e saudade. Coimbra foi uma viagem completamente inevitável no meu crescimento pessoal, graças a vocês!

Muito obrigada a todos.

Resumo

Jornalismo de proximidade: o caso do *Diário de Coimbra*

Apesar de muito já se ter estudado acerca do jornalismo de proximidade, os autores ainda não conseguiram atribuir-lhe uma definição objetiva. Isto porque o conceito de proximidade é olhado como um dos valores do jornalismo e não como qualidade exclusiva de uma área. No presente trabalho, refletimos sobre o que é o jornalismo de proximidade, o que é a imprensa regional e como a mesma se distingue da nacional. Abordando também questões como o pacto comunicacional e quais os maiores desafios do jornalismo de proximidade.

O propósito deste estudo empírico é compreender algumas diferenças do jornalismo praticado num jornal regional do praticado num jornal nacional. Dessa forma, fizemos uma análise comparativa de dois jornais, um de índole regional, o *Diário de Coimbra* e outro de cariz nacional, o *Público*.

Decidimos fazer a análise sobre a cobertura de um único assunto que fosse abordado em ambos os jornais, sendo escolhido a Covid-19. Circunscrevemos a análise a um período de duas semanas (20 de outubro de 2020 a 2 de novembro de 2020) para observar com detalhe cada um dos dados recolhidos.

Posteriormente, recolhemos dados relativos ao número de artigos, às localidades, à dimensão dos artigos, aos géneros jornalísticos, ao tipo de fontes, aos temas, à primeira página, artigos assinados ou não assinados e quais os artigos sobre a Covid-19 ou quais são apenas relacionados com a doença. Um dos resultados mais relevantes do estudo passa pelo facto de Coimbra e a Região das Beiras não terem qualquer tipo de expressão no *Público*.

Palavras-chave: Jornalismo de Proximidade; Imprensa Regional; Covid-19; Diário de Coimbra; Público

Abstract

Proximity journalism: the *Diário de Coimbra* example

Although a lot has been studied about proximity journalism, the authors haven't found a factual definition for it yet. This happens because the idea of proximity is seen as one of the journalism's values and not as an exclusive quality of one of its fields. In this paperwork, we reflect about the definition of proximity journalism and local media, and how local media distinguishes itself from national media. Approaching other subjects like the communicational pact and the biggest challenges of proximity journalism.

This study aims to understand if the journalism made in local media is closer to the public than the one made in national media. That way, we comparatively, and also separately, analysed two newspapers. One of local media nature, *Diário de Coimbra*, and the other one of national media nature, *Público*.

We decided to do the analysis based on one subject that would appear in both newspapers, thus being selected the Covid-19. We individualized the analysis for a two week period (20th of October of 2020 to 2nd of November of 2020) so we could observe, in detail, each and every one of the data we collected.

After that, we collected data relating to the article number, to the places, to the article dimension, to journalism's genres, to the type of sources, to the topics, to the first page, to being signed or not signed and which articles highlights Covid-19 as a main theme and which ones are only related to the disease.

One of the most relevant results of the study is the fact that Coimbra and Região das Beiras don't have any type of expression in *Público*.

Keywords: Proximity Journalism; Local media; Covid-19; *Diário de Coimbra*; *Público*

Índice

Introdução	1
Capítulo 1 – Jornalismo de proximidade	3
1.1 Conceito de jornalismo de proximidade.....	3
1.1.1 A importância do jornalismo de proximidade.....	5
1.2 Imprensa Regional.....	6
1.2.1 Características do jornalista regional e local.....	8
1.2.2 Espaço Público da imprensa regional.....	8
1.3 Distinção entre imprensa regional e imprensa nacional.....	9
1.4 Pacto Comunicacional.....	12
1.5 Maiores dificuldades do jornalismo de proximidade.....	14
1.5.1 Era digital.....	15
1.5.2 O jornalista multifacetado.....	18
1.5.3 A demasiada proximidade.....	18
Capítulo 2 – A História do Diário de Coimbra	21
2.1 As direções do Diário de Coimbra.....	22
2.2 Decisões técnicas, tecnológicas e estratégicas.....	22
2.3 Ligação do jornal à cidade de Coimbra.....	24
2.4 Causas sociais apoiadas pelo Diário de Coimbra.....	25
2.5 Posição política assumida pelo jornal antes do 25 de abril.....	27
2.6 Posição política assumida pelo jornal depois do 25 de abril.....	27
2.7 O projeto de Media do Diário de Coimbra.....	29
Capítulo 3 – O estágio no Diário de Coimbra	31
3.1 A minha integração no jornal.....	31
3.2 O dia-a-dia no jornal.....	33
3.3 O estágio.....	34
3.4 Trabalhos mais significativos.....	37
Capítulo 4 – Metodologia do Estudo de Caso	42
4.1 Número de artigos e localidade.....	47
4.2 Dimensão no jornal.....	48
4.3 Categorização dos géneros jornalísticos.....	48
4.3.1 Géneros informativos.....	50
4.3.1.1 Notícia.....	50

4.3.1.2 Reportagem.....	51
4.3.1.3 Entrevista.....	53
4.3.1.4 Breve.....	55
4.3.2 Artigos de opinião.....	56
4.3.2.1 Coluna.....	57
4.3.2.2 Editorial.....	57
4.3.2.3 Comentário.....	59
4.3.2.4 Crônica.....	59
4.4 Tipo de fontes.....	61
4.4.1 Categoria das fontes.....	61
4.4.2 Grupo das fontes.....	61
4.4.3 Ação das fontes.....	62
4.4.4 Crédito das fontes.....	63
4.4.5 Qualificação das fontes.....	64
4.5 Tema.....	64
4.6 Artigos assinados ou não assinados.....	65
4.7 Assunto principal Covid-19 ou não Covid-19.....	65
4.8 Primeira Página.....	65
Capítulo 5 – Estudo de caso: apresentação e discussão de resultados.....	66
5.1 Análise dos dados.....	66
5.2 Discussão dos resultados.....	85
Conclusão.....	89
Referências bibliográficas.....	93
Anexos.....	98
Anexo 1.....	99
Anexo 2.....	100
Anexo 3.....	100
Anexo 4.....	101
Anexo 5.....	101
Anexo 6.....	102
Anexo 7.....	102

Introdução

As novas tecnologias metamorfosearam o mundo e a sociedade, desde a forma como se comunica e interage até ao modo como se capta e consome informação. A informação ganhou um novo valor no dia-a-dia.

Num mundo cada vez mais globalizado, a procura da identidade é uma componente essencial que nos faz sentir socialmente distintos dos outros. O jornalismo de proximidade pode ser visto como uma forma de comunicação servindo essa necessidade social enquanto um meio que promove a ligação entre o público, diligenciando emoções identitárias e incrementando a partilha de princípios coletivos.

O jornalismo funciona como um impulsionador do envolvimento dos cidadãos e da redefinição duradora dos comportamentos que cada indivíduo tem na sociedade. A informação sacia uma necessidade essencial: saber mais sobre as experiências diretas das outras pessoas e sobre o mundo à nossa volta.

Os órgãos de comunicação regionais têm a obrigação de criar relações de proximidade não só com os leitores, mas também com a sua cultura e costumes. Esse laço fortifica o sentimento de proximidade, compartilhamento e pertença. O jornalismo de proximidade tem como propósito conceber um lugar onde as pessoas se identificam, onde os trabalhos feitos importam porque se encontram ligados a elas e aos seus interesses. Existe uma relação de reconhecimento entre os acontecimentos e a comunidade. É suposto o público sentir-se em “casa”.

Posto isto, o jornalismo de proximidade, ao falar sobre tópicos que se relacionam de forma imediata com o público, transformam-se numa componente promotora da cidadania. O objetivo dos jornalistas, inseridos num órgão de comunicação local, é trazer ao público realidades que lhe são alheias, debilidades, adversidades ou inquietações que preocupam toda a população.

O presente relatório tem como suporte um estágio curricular no *Diário de Coimbra*, no âmbito do Mestrado em Jornalismo e Comunicação, procurando-se perceber as diferenças entre o jornalismo feito por um órgão de comunicação regional e aquele que é feito por um órgão de comunicação nacional.

O relatório encontra-se dividido em cinco capítulos: o primeiro dedicado ao enquadramento teórico; o segundo e terceiro correspondem à experiência de estágio; o quarto e o quinto apresentam a metodologia do estudo, a apresentação e a discussão dos resultados.

Com a intenção de compreender o que é o jornalismo de proximidade, o primeiro capítulo contextualiza qual o seu conceito, apesar de os autores não terem uma definição objetiva para o mesmo, abordando questões como a importância do jornalismo de proximidade, a imprensa regional, qual as diferenças entre esta e a imprensa nacional, o pacto comunicacional e quais os maiores desafios do jornalismo de proximidade.

O enquadramento teórico leva-nos à experiência retratada pelo estágio, presente no segundo capítulo. Neste segmento, sendo o *Diário de Coimbra* um jornal com 91 anos de existência, contamos a sua história, passando pelos diversos diretores, decisões técnicas, tecnológicas e estratégicas. Abordamos a ligação do jornal à cidade de Coimbra, as causas sociais que apoiou, as posições políticas assumidas, antes e depois do 25 de Abril, e pelos projetos de *media* que alavancou.

O capítulo três oferece destaque às atividades desenvolvidas durante os três meses de estágio, apontando quais os trabalhos feitos mais significativos, assim como quais as maiores aprendizagens, desafios e dificuldades enfrentadas durante esse período de tempo.

O relatório finda com a apresentação da metodologia do estudo de caso, tendo sido realizado uma análise metodológica a partir dos contributos efetuados por Isabel Ferin e Ana Teresa Peixinho, com o seu livro *Análise dos Media*. O quinto, e último capítulo, mostra o estudo de caso sobre a análise feita a duas semanas de jornais, com o objetivo de evidenciar as diferenças de tratamento do jornalismo praticado no *Diário de Coimbra*, tentando compreender se é de maior proximidade que o praticado no *Público*. Dessa leitura, poderemos tirar conclusões sobre o que perde uma região quando perde o seu órgão de comunicação social.

Capítulo 1: Jornalismo de proximidade

1.1 Conceito de jornalismo de proximidade

São vários os autores (Paulino, 2018; Almeida, 2013; Vieira, 2014; Camponez, 2012 e 2002; Ferreira, 2005; Costa, 2017; Correia, 1998) que tentam definir jornalismo de proximidade e todos eles realçam a dificuldade de chegar a um conceito específico, isto porque a noção de proximidade “*não é tanto um valor exclusivo a uma determinada área do jornalismo, mas antes um dos valores principais do mesmo, na sua generalidade*” (Paulino, 2018, p.22).

Carlos Camponez (2012), no artigo publicado em *Ágora – Jornalismo de Proximidade: limites, desafios e oportunidades*, fala como a proximidade é muitas vezes vista pelos meios de comunicação com uma dimensão fundamentalmente estratégica. Isto acontece porque a proximidade é um dos critérios que dá àquilo que se denominou por notícia, o seu caráter de relevância: é uma componente que faz os leitores terem interesse ou não nas notícias e um dos “valores-notícia centrais do jornalismo” (Camponez, 2012, p.35).

O autor tem por base as ideias apresentadas por Teun van Dijk (1996) quando o mesmo fala dos valores-notícia do jornalismo, sendo a proximidade local e ideológica assinalada como transversal a todos os outros valores. Camponez (2002) diz mesmo que a proximidade permite ao jornalismo compreender os contextos em que se formam os restantes valores-notícia, como “*a novidade, a atualidade, a relevância, a consonância, o desvio e a negatividade*” (Camponez, 2002, p. 116). Refere ainda que o próximo, em jornalismo, é também uma representação que os *media* fazem da sua área de ação e, conseqüentemente, do seu público.

Contudo, é necessário compreender que o conceito de proximidade no jornalismo ultrapassa os limites físicos de um lugar. Quando pensamos em algo que é próximo, falamos de algo com quem mantemos uma relação comunicativa, com o qual nos relacionamos, algo que sentimos “perto” de nós – de forma física ou psíquica – e com o qual temos uma ligação. Existe uma relação pré-existente entre nós e esse próximo.

Maryline Almeida (2013) entende que esta relação é subentendida e acontece entre o público e as temáticas ou os conteúdos noticiosos produzidos pelos meios de comunicação social. A autora acrescenta que é obrigação destes órgãos de comunicação terem um laço de proximidade não só com o seu público, mas também com as suas tradições e a sua cultura. Isso reforça o sentimento de pertença, partilha e de proximidade. É suposto o jornalismo de proximidade criar um “espaço” onde os públicos se sentem em casa, “*com o qual se identificam,*

onde os acontecimentos noticiados lhes dizem diretamente respeito e por isso há uma relação de identificação entre a comunidade e os acontecimentos” (Almeida, 2013, p. 26).

Sara Vieira (2014) defende que o conceito de proximidade no jornalismo estabelece-se através da relação entre leitores e meios de comunicação.

Carlos Camponez (2012) considera importante outros fatores, para além da proximidade geográfica e física de um lugar, incluindo a dimensão social, temporal e psico-afetiva, com base na “lei da proximidade”.

A dimensão geográfica começa nos eventos que aconteceram no nosso prédio, na nossa rua e vai até à nossa região, cidade, país. A dimensão social diz respeito aos temas sobre a religião, a família, a política, a profissão, a ideologia ou a classe social. A dimensão temporal é caracterizada pela distância que o leitor tem em relação ao momento em que os acontecimentos se sucederam. Por último, com base nas ideias de Orlando Raimundo, Carlos Camponez acrescenta que a dimensão psicoafetiva incorpora dimensões como «*o sexo, a vida e a morte, a segurança, o dinheiro e o destino*» (Camponez, 2002, p. 117).

Sónia Paulino (2018) sublinha a proximidade como uma forma de a comunidade local se aproximar para encontrar o poder da identidade numa sociedade em rede.

A globalização transformou o mundo e a informação ganhou uma nova importância no quotidiano. Defende mesmo que o conteúdo da mensagem é, nos dias de hoje, mais significativo do que o próprio meio onde é transmitida.

“O facto de passarmos a coexistir em rede (...) trouxe em destaque a valorização do local como força de resistência à uniformização. Hoje procura-se identidade, conteúdos que cheguem a uma audiência diversificada e segmentada. Simultaneamente, a proximidade metamorfoseia-se, multiplica-se e mostra as suas diferentes vertentes.” (Paulino, 2018, p.13).

Num mundo crescentemente globalizado, a procura da identidade é um elemento importante e o que nos faz socialmente diferentes. O jornalismo de proximidade pode ser entendido também como uma forma de responder a essa procura, reforçando a afinidade com os leitores, promovendo sentimentos identitários e atualizando e partilhando valores comuns.

Camponez adianta que a noção de proximidade no jornalismo é constituída tendo por quadro de referência o público elemento essencial para se conseguir «*ler o mundo e construir o presente*» (Camponez, 2002, p. 118).

1.1.1 A importância do jornalismo de proximidade

Almeida (2013) defende que num mundo cada vez mais marcado pela globalização comunicativa e económica, as relações de proximidade parecem reforçar-se e as particularidades de cada comunidade são cada vez mais valorizadas.

Camponez (2002) salienta que apesar da globalização, a cultura local é definida através da relação fronteiriça entre o global e o territorial e são os limites dessa relação que permitem identificar quem é diferente de nós e quem é idêntico a nós. Nesse sentido, o desenvolvimento da globalização revalorizou a importância da comunicação local.

“Nesses *media* dirigidos a públicos muito concretos, normalmente reduzidos, com nomes e apelidos, é onde o jornalismo é mais humano e mais verdadeiramente social ao pôr em contacto e ao relacionar os que informam ou opinam, escrevem editoriais e dão conselhos, com um público que não é apenas recetor, mas é também normalmente ativo, que por sua vez, informa, recrimina, aceita, valora, aplaude ou censura de forma eficaz” (Areal, *apud* Camponez, 2002, p. 121).

Camponez (2002) argumenta em *Jornalismo de Proximidade* que a principal função do jornalismo de proximidade é promover a democracia e o debate, simplificando a troca de ideias, fazendo com que o público se interesse pelo meio que os rodeia, levando-os a envolver-se socialmente.

No seguimento deste raciocínio, a comunicação de proximidade, ao tratar temas que se encontram diretamente ligados aos leitores, torna-se, também num elemento promotor da cidadania, permitindo à comunidade cooperar no desenvolvimento local, inspecionar os poderes públicos e reclamar os seus direitos.

Os jornalistas inseridos neste meio fazem trabalhos de investigação, com o objetivo de apresentar realidades alheias ao seu público, problemas, fragilidades ou anseios que afetam toda a comunidade.

Contudo, Vieira (2014) lembra que não basta aos meios de comunicação social de proximidade denunciar os problemas que inquietam a comunidade. Eles também têm de fazer parte do esforço coletivo de impulsionar o debate e a argumentação, para assim encontrar soluções para os problemas relatados. “*Por estar próximo dos seus leitores, o jornal tem a possibilidade de abordar questões locais que dizem respeito ao interesse público, permitindo à comunidade fazer reivindicações, questionar e discutir problemas*” (Vieira, 2014, p. 40).

Portanto, é fundamental que uma comunidade saiba que pode contar com um serviço que lhe dá voz, evidencia as suas dificuldades e expõe as suas qualidades.

Camponez (2002) apresenta esta ideia de local, como um espaço fortalecido no meio da globalização, que se sustenta como lugar de resistência, onde é possível adquirir identidade e reconhecer-nos uns aos outros.

“(…) mergulhar as suas raízes nas especificidades culturais, geradas num caldo de fortes relações de proximidade entre indivíduos que se conhecem e reconhecem numa comunidade. Neste contexto, o território emerge como omnisciência e omnipresença, quer enquanto espaço de identidade, de referência e de resistência, quer como ideal ou uma terra prometida. O território surge, então como dispositivo relacional, identitário, simultaneamente palco e espaço de construção de uma história e de um tempo memorial” (Camponez, 2002, pp.28 e 29).

1.2 Imprensa Regional

Quando se fala em critérios de noticiabilidade num contexto de imprensa regional, o valor a proximidade torna-se particularmente relevante, porque isso distingue também um *medium*, dos seus restantes, de dimensão nacional ou de outras regiões. Devido a esta dimensão física, traduzível numa geografia, talvez seja mais fácil associar o conceito de jornalismo de proximidade à imprensa local e regional. O jornalismo de proximidade, pela sua particularidade de estar mais perto do público para o qual a informação é produzida, normalmente, opera dentro das comunidades de menor dimensão, tendo uma área de abrangência mais limitada. Dessa forma, consegue mais facilmente alcançar o público que o jornalismo dito nacional.

Carlos Componez (2012) reforça esta ideia quando diz que o jornalismo de proximidade fortalece a coesão social. Referindo que a imprensa regional se distingue pela forte territorialização, seja dos seus públicos ou face à proximidade elevada que tem com os agentes e as instituições sociais que gerem o espaço, com o conhecimento do seu público e dos temas quotidianos da opinião pública local. “*A imprensa regional constrói-se, pois, nesse compromisso com a região e com as pessoas que a habitam*” (Camponez, 2002, p.19).

O Estatuto da Imprensa Regional foi aprovado em 1988, durante o XI Governo Constitucional e considera imprensa regional:

“Todas as publicações periódicas de informação geral, conformes à Lei de Imprensa, que se destinem predominantemente às respetivas comunidades regionais e locais, dediquem, de forma regular, mais de metade da sua superfície redatorial a factos ou assuntos de ordem cultural, social, religiosa, económica e políticas a elas respeitantes e não estejam dependentes, diretamente ou por interposta pessoa, de qualquer poder político, inclusive o autárquico” (Estatuto da Imprensa Regional, 1988).

Paulo Ferreira (2005) percebe dessa forma que a imprensa local e regional tem a obrigação de recolher, tratar e divulgar factos noticiosos que ocorrem na sua zona de implantação, seja ela distrital, regional ou concelhia. A autora refere ainda que a Lei de Imprensa de 1999, retoma no essencial a definição de imprensa regional que está inscrita no Estatuto, de 1988, realçando que, quer num caso quer noutra, todas identificam a “linguagem de proximidade” como um traço único deste tipo de publicações.

Ricardo Costa (2017) refere que a proximidade é o que faz os meios de comunicação regionais e locais compreenderem melhor as necessidades do seu público, uma vez que ambos fazem parte da mesma comunidade.

A propósito do seu papel social, o Estatuto da Imprensa Regional refere o seguinte:

[A imprensa regional desempenha] “Um papel altamente relevante, não só no âmbito territorial a que naturalmente mais diz respeito, mas também na informação e contributo para a manutenção de laços de autêntica familiaridade entre as gentes locais e as comunidades de emigrantes dispersas pelas partes mais longínquas do mundo” (Estatuto da Imprensa Regional, 1988).

Costa (2017) acrescenta que, apesar de um jornal regional limitar a sua informação maioritária às fronteiras e limites de uma determinada região, não significa que não possam cobrir notícias de cariz nacional ou internacional. Todavia quando o fazem oferecem-lhes um destaque mais restritivo e não deixem de o fazer com os olhos do seu lugar.

Maryline Almeida (2013) afirma que a imprensa regional ao alargar uma pequena parte do seu conteúdo noticioso a temáticas de cariz nacional, consegue dar ao seu público uma informação mais completa e heterogénea. Isto irá proporcionar aos leitores a possibilidade de se atualizarem sobre as principais notícias que abalaram o país, mas também aceder à informação que lhes é mais próxima.

João Carlos Correia (1998) concorda que os *media* regionais podem permitir um movimento nas duas direções. Por um lado, reforçam a identidade nas comunidades com que se relacionam e, por outro, são lugares que potenciam a “abertura ao mundo”.

Sara Vieira (2014) defende que, quando se trata de meios de comunicação regional, encontramos-nos perante laços de proximidade entre a cultura do meio, as pessoas e as tradições, originados pela familiaridade daquela região específica. É da lavra destes meios sociais impulsionarem “*um espaço familiar à comunidade, que pode estar em qualquer local do mundo, mas que os acontecimentos noticiados lhes dizem diretamente respeito, e, por isso, constrói-se uma relação de identificação entre a comunidade e os acontecimentos*” (Vieira, 2014, p.31).

Como produto e produtores dessa proximidade os jornais regionais dirigem-se a um público específico, normalmente ligado através de uma zona geográfica definida e sempre conectados por um contexto de identidade e comunidade. A população, através dos *media* regionais sente-se mais próxima, pois, a sua existência é uma forma de atualizar interesses, valores, história e culturas comuns.

1.2.1 Características do jornalista regional e local

Lembrando o texto de Christian Sauvage, publicado, em França, pelo Centro de Formação e de Aperfeiçoamento dos Jornalistas, Carlos Camponez (2012) mostra que o *médium* regional marca também o perfil do jornalista regional e local. Entre essas características destaca:

1. O jornalista local preocupa-se com as consequências que os seus comentários podem gerar;
2. O jornalista local preserva as suas fontes de informação, com quem contacta todos os dias, por isso, não é dado à divulgação de escândalos;
3. Não faz juízos sobre a religião;
4. O jornalista local encontra-se bem enraizado na região e dessa forma mantém um contacto fácil com a população;
5. É um narrador do dia-a-dia, mesmo que todos os dias sejam semelhantes;
6. *“Faz um jornalismo de ‘notáveis’, podendo ele próprio tornar-se num notável a prazo”*;
7. Tende a ser um profissional mais dedicado e generoso com os seus colegas do que os profissionais da imprensa nacional.

1.2.2 Espaço público da imprensa regional

Hoje, vivemos numa “aldeia global” como dizia Marshall McLuhan, ou num mundo em rede, como menciona Manuel Castells. Hoje podemos ter uma informação numa questão de segundos ou entrar em contacto com alguém num piscar de olhos, mesmo que a pessoa se encontre a milhares de quilómetros de distância. Contudo nem sempre somos capazes de saber o que aconteceu com os nossos vizinhos.

Pedro Jerónimo (2010) defende que é neste contexto, cada vez mais mediatizado, que a proximidade ganha um novo valor tornando-se importante falar de valores e culturas. Tanto Jerónimo como Camponez revisitam as reflexões de Dominique Wolton acerca das noções de espaço e de tempo na comunicação. No que toca à noção do tempo, a rapidez da produção, da

transmissão e da receção coloca-se contrariamente ao tempo da compreensão. Ao contrário do tempo de circulação da informação contemporânea, o público necessita de mais tempo para perceber o mundo. Nesta equação, a identidade entra como uma forma importante de ler o mundo.

Da leitura de Wolton, Camponez destaca que, face às grandes quantidades de informação disponibilizadas pelos órgãos de comunicação social, as diferenças culturais simbólicas exercem um papel determinante no processo seletivo e compreensivo da comunicação.

A tese de Wolton é a de que o espaço público enquanto espaço mediativo de debate está a transformar-se num local de categorização normativa, que separa os maus dos bons discursos, excluindo, dessa forma, as comunidades locais (científicas, artísticas, médicas, ...). Assim, o espaço público corre o risco de se transformar num espaço de exclusão (*apud* Camponez, 2002).

A proposta do autor como alternativa a esta situação, passa por reconhecer a legitimidade destas comunidades minoritárias locais e por reforçar o papel dos jornalistas e do jornalismo no meio dos diferentes espaços públicos.

Camponéz (2002) defende que os *media* locais têm a função de preencher o vazio que existe entre a comunicação individual e os *media* de âmbito nacional. O autor assume que o local é uma forma de comunicar que nasce das ruas, das esplanadas do café e das conversas familiares do dia-a-dia.

Maryline Almeida (2013), com base em Jurgen Habermas, qualifica o espaço público como um lugar onde se formam vontades e opiniões e deve, por isso, ser reconhecido como local de debate, onde são defendidas questões sociais, políticas e práticas. Os assuntos debatidos devem ser de interesse geral, contudo devem sempre respeitar os cidadãos que fazem parte das temáticas e da comunidade.

Almeida (2013) relembra ainda que os meios de comunicação social regional ou local servem muitas vezes como ponte para as pequenas populações que não prestam a atenção a nenhum outro meio de comunicação, até porque sabem que nestes meios encontram a informação que lhes diz diretamente respeito e pela qual se interessam.

1.3 Distinção entre imprensa regional e imprensa nacional

Afinal o que distingue a imprensa regional da imprensa nacional? Como é que passamos de uma para a outra?

Carlos Camponez (2002) defende que o que parece distinguir a imprensa nacional da regional parte da forma como as empresas estão organizadas e qual a abordagem que tomam

quando noticiam os acontecimentos. Será considerado imprensa nacional quando a abordagem dos temas é tão generalista “*quanto mais generalista se pretende que seja o público num território mais ou menos vasto*” (Camponez, 2002, p. 108).

O autor apoia-se ainda na tese de Jean Maciá Mercadé que propõe classificar a imprensa regional através de diversas questões que vão para além do território. Para além das questões geográficas acerca da sede territorial da publicação e a difusão e cobertura do meio, existem também dimensões comunicacionais como a intenção e propósito do órgão, o tratamento que dado aos conteúdos, como o *media* entende o público e qual a relação existente com as fontes de informação.

Sustenta ainda que a imprensa regional tem por área privilegiada de difusão a zona ou cidade onde fica a sua sede editorial. A intenção, o propósito, os conteúdos e a forma com veem os leitores são ditados pelo contexto regional ou local. Comparado com a imprensa nacional, as relações das fontes locais com os órgãos de comunicação da zona são mais diretas, permanentes e intensas.

O laço conceptual entre a imprensa regional, a sua localização territorial e a territorialização dos seus conteúdos é o que a torna individual e diferente (Camponez, 2002) e é a “*sua razão de ser e a sua força*” (Camponez, 2002, p.110). Dessa forma, o local de difusão dos jornais regionais e locais correspondem ao espaço natural de “*identidade regional que substância a identidade e a razão de ser do próprio projeto de informação*” (Camponez, 2002, p.112).

Camponez (2002) conclui que “*a ancoragem ao território*” poderia levar a que se pense na imprensa regional como uma “*imprensa especializada*”. Esta discussão acontece com fundamento no debate das características de uma comunicação que é próxima, tal como a que deve acontecer entre a imprensa regional e o público relacionado com o seu espaço geográfico de ação. Contudo, a proximidade não se limita a isso:

“A proximidade tem a ver também com as realidades sociais que nos rodeiam, os serviços de que dispomos na nossa vila ou aldeia. E essa realidade só pode ser aprendida pela imprensa local e por uma abordagem bastante segmentada dos públicos” (Camponez, 2002, p.119).

João Carlos Correia (1998) define no seu livro *Jornalismo e Espaço Público* algumas características remanescentes da imprensa regional que já quase não se encontram na imprensa nacional. São elas: a forte presença do leitor na publicação; “*a marca da polémica e do debate ressonando nos espaços de opinião e de debate refletindo a forte presença da elite regional*

junto da redação” (Correia, 1998, p.161); a colaboração entre o público e os jornalistas; a repetição temática e “*a resistência à conexão jornalismo-publicidade*” (Correia, 1998, p.161).

Correia (1998) valoriza ainda certas particularidades dos meios de comunicação regionais que os nacionais não possuem como: a forte relação que conservam com as elites associativas, políticas e culturais, desde que seja mantida a posição imparcial que é imposta a qualquer meio de comunicação; a proximidade e repetição temática através de “*uma forte presença da opinião, da abertura de polémicas e debates em torno de causa mobilizadoras*” (Correia, 1998, p. 162); a importância da relação de proximidade com os leitores e ouvintes; a colaboração com o público e o espaço público no sentido de promover não só a coesão social, mas também iniciativas e projetos de diversas instituições, organizações, universidades e outros órgãos, por último, a tendência para fortalecer o sentimento de partilha de uma mesma comunidade.

O autor fala ainda especificamente da realidade portuguesa sobre a Comunicação Social Regional, onde resistem algumas particularidades típicas do jornalismo pré-industrial. João Carlos Correia destaca:

- A ligação limitada com a publicidade;
- A intensa relação entre os meios de comunicação regional e as elites locais;
- Os destaques nos artigos de opinião e na colaboração externa;
- A forte proximidade entre os artigos, as preocupações exteriorizadas no espaço onde o público se reúne e as colaborações externas;
- A tendência para organizar o texto à volta de acontecimentos regulares aos quais se encontram ancorados polémicas, opiniões e debates;
- A presença de sinais discursivos que encaminham o público para formas de sociabilidade que deduzem uma partilha comum de conhecimentos entre os media e o seu público;
- O conhecimento mútuo e partilhado pelos jornalistas e pelos leitores quanto à realidade e aos factos que servem de notícia.

Carlos Camponez (2002) reconhece que a força da imprensa local reside no facto de ser “*um jornalismo miúdo*”, “*um jornalismo de nomes e apelidos*”. Os jornais regionais estão preocupados em contar as histórias e os conteúdos que não têm espaço nos grandes meios de comunicação social.

O autor apoia a tese de Mathien que admite que a imprensa regional se dirige aos indivíduos que estão integrados e fazem parte de uma comunidade geográfica circunscrita, da qual é possível conhecer as características, nomeadamente “*mentalidades, hábitos, modos de viver, níveis de vida, preocupações culturais e sociais dominantes*” (Camponez, 2002, p.122).

Camponez, a partir de uma leitura de Mathien, realça um conjunto de funções da imprensa regional onde considera as seguintes como as mais essenciais:

- Funciona como uma ligação para a comunidade a que se dirige;
- Estabelece-se como suplemento à experiência diária do seu público, pois oferece informação, quer sobre a realidade mais contígua, quer sobre assuntos mais longínquos;
- “*Reduz a incerteza*” da realidade que rodeia o público, comprometendo-se a tentar responder às questões comuns acerca da atualidade e das coisas novas;
- Serve também de “*enciclopédia dos conhecimentos vulgarizados*”, através dos quais o público, “*bem ou mal, adquire a sua cultura, acerca dos conhecimentos mais diversificados e superficiais*” (Camponez, 2002, p.123);
- “*Servir como um importante banco de dados sobre a região de influência*” (Camponez, 2002, p.123);
- Por último, encarrega-se de cumprir a função de psicoterapia social e de distração.

Camponez, faz ainda questão de mencionar que a função psicoterapêutica, enciclopédica e recreativa não são funções exclusivas da imprensa regional, fazem também parte da imprensa nacional. O que acontece verdadeiramente com os órgãos de comunicação locais e regionais é que “*a proximidade assume um significado próprio, marcante da sua especificidade e da sua identidade*” (Camponez, 2012, p.36).

Sónia Paulino (2018) vê este jornalismo como algo necessário que promove a coesão social. “*Porque é um jornalismo que reporta o que o jornalismo massificado não consegue reportar, precisamente devido à generalidade das suas notícias, direcionadas para as grandes massas*” (Paulino, 2018, p.24).

1.4 Pacto comunicacional

Carlos Camponez (2002) defende uma definição de jornalismo regional a partir do conceito de pacto comunicacional. O território só por si é hoje insuficiente para explicar a imprensa regional e local, “*a proximidade já não se mede em metros*” (Camponez, 2002, p.128), ou seja, é necessário alargar a discussão para além do territorialismo, de forma a ter um debate mais interdisciplinar, onde intervêm conjuntamente os *media*, as instituições e as práticas sociais.

O autor admite que esta proposta valida uma abordagem diferente que não se foca apenas num dos lados do processo de comunicação. Ou seja, não se foca nem no emissor, nem no recetor, nem sequer no meio de comunicação pelo qual a mensagem é transmitida. Camponez reconhece que tudo parece passar por um compromisso comunicacional instaurado entre o

emissor e o recetor, mas ao qual a escolha do órgão de comunicação não é indiferente. A essência desse pacto estabelece-se dentro do próprio processo comunicacional que envolvem os emissores e os recetores das mensagens. Assim, ambas as partes comunicam conforme o entendimento que cada um tem do outro. “*É nessa interação que se deve entender a questão dos efeitos da comunicação, as estratégias, o recurso aos diferentes tipos de media e as formas comunicativas vigentes*” (Camponez, 2002, p. 96).

Este pacto comunicacional implica, logicamente, que ambas as partes envolvidas no processo comunicacional se interessem por ele e a ele se dediquem.

Sara Vieira (2014) argumenta que sem esse esforço da parte, seja dos órgãos de comunicação ou da comunidade, o compromisso comunicacional tende a ficar comprometido.

Maryline Almeida (2013) acredita que para que o pacto seja mantido é essencial que os órgãos de comunicação social se empenhem por conquistar e manter uma relação de proximidade com a comunidade, a cultura e as tradições da zona em que a informação é produzida.

Camponez (2002) esclarece que para se perceber melhor esta abordagem é necessário ter em conta três aspetos. Primeiramente, que este sistema é aplicado à comunicação feita através dos meios de comunicação; em segundo lugar, que os recetores estão inseridos dentro de grupos mais ou menos definidos; por último, a difusão das mensagens é percebida num quadro consideravelmente “*institucionalizado de troca e de comércio de ideias, obras e produtos culturais*” (Camponez, 2002, p.97).

O autor distingue ainda três tipos de grupos, onde os recetores se encontram inseridos. Os “grupos abertos”, “fechados” e “semi-fechados”. Dessa forma, um grupo é mais sensível relativamente às mensagens transmitidas conforme o seu grau de fechamento. O fechamento de um grupo é definido “*pela possibilidade de ser identificado de forma mais ou menos rigorosa quanto à sua extensão – em termos de espaço e número*” (Camponez, 2002, p. 97). Já um grupo aberto é definido “*pela sua virtualidade, cuja única (in)característica é de se encontrar algures, num dado momento*” (Camponez, 2002, p. 97). No meio de ambos, encontram-se os “grupos semi-fechados” caracterizados por “*audiências que se encontram ligadas por um traço unificador, uma identidade ou interesses comuns, mas cuja extensão e fronteiras com o exterior é impossível determinar de forma rigorosa*” (Camponez, 2002, p. 97).

Carlos Camponez explica que quando os recetores são vistos pelo emissor como pertencentes a um grupo fechado e restrito o processo comunicativo acontece dentro de um processo chamado troca. As trocas podem ser do tipo confraternal ou associativo. Nas trocas do tipo confraternal “*o telefone, o fax, o telex, o telegrafo, o videotex, prevalecem sobre os media de*

difusão” (Camponez, 2002, p.98). Contudo, nos dias hoje, é possível incluir nestas também as rádios, a televisão, os sistemas de vídeo transmissão e o teletexto. No caso das trocas do tipo associativo temos o “*caso das publicações especializadas, do tipo boletins ‘confidenciais’*” (Camponez, 2002, p. 98).

O processo comunicacional entre “grupos semi-fechados” chama-se propagação. Camponez (2002) expõe que dentro destes grupos se propaga uma causa ou identidade. Todavia, dentro de grupos mais abertos, trata-se da propagação de uma ideologia ou ideia, entre indivíduos propensos a associar-se a este tipo de mensagens. A propagação, ao contrário da troca, tem por base, um conjunto de pessoas mais indefinido, contudo é ainda possível incluir as pessoas dentro de um determinado grupo devido ao seu estatuto específico “*idade, sexo – o seu estatuto social, bem como a sua ligação a uma causa, uma ideologia, um partido ou uma igreja*” (Camponez, 2002, p.98).

O autor expõe que o conceito de publicização se utiliza quando o emissor pretende chegar a públicos mais extensos e, dessa forma, mais indefinidos, quanto ao possível grupo a que pertencem, ou seja, um grupo aberto. Não obstante, Carlos Camponez, ainda os diferencia. As “publicações de proximidade” pretendem atingir um público disperso, mas que faz parte de uma zona geográfica restrita. Já as “publicações de massas” são destinadas a públicos mais espalhados, isto quando se fala da área geográfica onde se situam, e sociologicamente indeterminados. Porém ambas as estratégias, têm algo em comum. Ambas querem atingir o maior número possível de indivíduos.

A estratégia de proximidade privilegia os órgãos de comunicação que são capazes de espalhar mensagens em direção a um conjunto de pessoas dentro das fronteiras de uma zona geográfica, por exemplo, os jornais locais. Já a estratégia de massas, usa órgãos de comunicação de grande difusão e alcance geográfico.

Carlos Camponez (2002) conclui que os meios de comunicação são o espaço de diversas formas comunicativas, sejam grupos mais pequenos ou maiores. “*Os media trabalham, assim, numa banda larga que vai desde a nossa aldeia ao planeta. Tudo depende, pois do pacto comunicacional estabelecido*” (Camponez, 2002, p.101) entre o emissor e o recetor.

1.5 Maiores desafios do jornalismo de proximidade

Os desafios do jornalismo de proximidade são assinalados por diversos autores nas suas teses sobre o tema (Vieira, 2014; Costa, 2017; Paulino, 2018; Camponez, 2012 e 2017; Jerónimo e Bastos, 2012a; Jerónimo, 2012 e 2015; Ribeiro, Pinto & Sousa, 2012).

A inércia das redações, a falta de recursos e de experiência dos jornalistas, são alguns dos problemas do jornalismo de proximidade, assinalados por Sara Vieira (2014).

Ricardo Costa (2017) aponta o aparecimento e o desenvolvimento da internet como um dos maiores desafios do jornalismo de proximidade, tal como a luta pelo afastamento do jornalismo que se pode tornar demasiado próximo. Já Sónia Paulino (2018) aborda a falta de apoio do Estado à imprensa regional e local, destacando o fim do porte-pago em Portugal, também referido por Carlos Camponez. O subaproveitamento da internet é a principal falha encontrada no jornalismo de proximidade por Pedro Jerónimo e Hélder Bastos (2012a). Luísa Ribeiro, Manuel Pinto e Helena Sousa (2012) destacam as fragilidades económicas que assolam a imprensa regional e local, que tem dificuldade em competir com os novos projetos feitos propositadamente para a internet.

1.5.1 Era digital

A chegada, evolução e propagação da Internet mudaram o jornalismo e trouxeram ao mesmo maneiras pioneiras de atuar e divulgar a informação. Sendo que muitos autores questionam mesmo se a internet não trará um futuro incerto ao jornalismo impresso.

Ricardo Costa (2017) argumenta que apesar da fotografia ter alterado a perceção da pintura, não a substituiu; tal como a televisão, que modificou o sentido do cinema, mas não acabou com o mesmo; ou como o correio eletrónico que originou novas formas de comunicação, mas não preencheu o espaço das agências de correios. O autor defende que o mesmo acontece com o jornalismo. A internet veio mudar o seu rumo, mas o mesmo tem apenas de adaptar-se ao novo meio.

A internet chegou às redações no nosso país em 1995 (Jerónimo e Bastos, 2012a). Contudo as transições dentro das redações só começaram a surgir um ano depois. A falta de interesse das redações e dos jornalistas acerca das potencialidades da internet explicarão o subaproveitamento das mesmas, até à atualidade (Jerónimo & Bastos, 2012a).

Pedro Jerónimo e Hélder Bastos (2012a) explicam que apesar de se caminhar num terreno desconhecido, cada vez é mais difícil ignorar a internet, tendo em conta o poder de propagação do meio na sociedade. “*A imprensa deixou de ter unicamente o papel como meio para produção e difusão. Se já seria impossível ignorar este meio, ainda mais agora com o aparecimento e crescente adesão dos utilizados aos dispositivos móveis*” (Jerónimo e Bastos, 2012a, p.41).

Tendo em conta que a maioria das publicações em Portugal surgiu antes do aparecimento da Internet é normal verificar a persistência de formas e práticas que privilegiavam os *media*

tradicionais. Para além disso, o facto de a internet não chegar a toda a população do país (Jerónimo & Bastos, 2012a) era também um contributo para esta situação, analisada pelos autores, há 9 anos atrás.

Luísa Ribeiro, Manuel Pinto e Helena Sousa (2012) lembram como o jornalismo impresso, radiofónico e televisivo, desde que a internet se impôs na sociedade, tiveram de se adaptar a um trabalhar para um novo meio que exigia a hipertextualidade, a interatividade e a multimedialidade. Ao mesmo tempo que isso acontecia, o jornalismo confrontou-se com o aparecimento de novos projetos editoriais construídos a partir de uma lógica dos *media* nativos digitais.

Os autores esclarecem que para compreender a presença online das publicações, é necessário, primeiro, olhar para o seu desempenho financeiro, uma vez que *“esta aposta implica a alocação de recursos humanos e a existência de estruturas comerciais que permitem a sua rentabilização”* (Ribeiro, et al., 2012, p. 173).

A limitação do número de jornalistas, principalmente nas redações regionais, leva a uma indecisão por parte das empresas que se veem obrigadas a escolher entre apostar no meio tradicional ou a internet, pois ter jornalistas que desempenhem as duas funções pode colocar em risco a publicação impressa do órgão de comunicação. *“Isto significa que há casos em que não há uma presença mais significativa no online por uma questão de opção estratégica de sobrevivência e não por desatenção às potencialidades do ciberjornalismo”* (Ribeiro, Pinto ~& Sousa, p. 174).

Neste contexto, é importante que as empresas definam uma estratégia para a presença online, conjuntamente, com a edição impressa. Pedro Jerónimo (2012) no artigo publicado no livro *Ágora – Jornalismo de Proximidade: limites, desafios e oportunidades*, clarifica como a maioria das publicações ainda só transpõe os conteúdos do papel para os sites online e para as redes sociais.

Em relação às redes sociais, Jerónimo (2012) expunha como em 2012 ainda não existiam jornalistas cem por cento dedicados à gestão das mesmas, principalmente em Portugal, sendo que hoje já existem projetos de comunicação somente digitais, como por exemplo, o Observador, criado em 2014. Contudo, isto ainda não é uma realidade em todos os meios, tendo em conta que ainda existem órgãos de comunicação que não têm jornalistas a trabalhar exclusivamente para o digital, sendo que muitos perfis de meios de comunicação não são atualizados regularmente. Não obstante, muitos jornalistas reconhecem as potencialidades das redes sociais, isto porque muitos as incorporam quotidianamente nas suas rotinas de produção, principalmente no que toca ao

acesso às fontes de informação e a realização de entrevistas através desses meios (Jerónimo, 2012).

Pedro Jerónimo (2015) em *Ciberjornalismo de proximidade* mostra como as rotinas jornalísticas são técnicas aprendidas e como as adoções tecnológicas as transformaram. Contudo, alerta para o facto de não ter acontecido da mesma forma em todas as redações. Carlos Camponez (2017) menciona o facto de hoje em dia serem os *media* a ajustar-se cada vez mais ao conteúdo da mensagem e não o oposto, como antes se verificava.

Com a chegada da internet e a crescente disponibilização de informação de forma gratuita e de livre acesso, levou a que o público passasse a desvalorizar o valor da informação (Camponez, 2017). Nesta linha de pensamento, o público acredita que pagar para ter acesso a informação não é uma necessidade. Camponez (2017) acredita que a forma de combater este desinteresse crescente é a valorização do jornalismo regional e local que se destina a públicos mais definidos.

Sónia Paulino (2018) refere que a imprensa regional e local foi a mais afetada com a reestruturação do jornalismo face à introdução da internet nas redações. Isto porque, o governo declarou o fim do porte-pago no país, apelando para a criação de conteúdos online.

A falta de apoios estatais para imprensa regional e local acabou por representar, no nosso país, o fim de um modelo de negócios que se manteve de pé durante décadas.

“Se, por um lado, alterou os pressupostos do negócio do lado da distribuição dos jornais, por outro lado, representou uma forte quebra de leitores nas comunidades de pertença, no estrangeiro, que sem o porte-pago viram o preço da assinatura atingir números pouco razoáveis” (Camponez, 2017, pp.21 e 22).

Carlos Camponez (2017) evidencia como isto se traduziu numa redução abrupta no número de publicações apoiadas pelo porte-pago. Sendo que de 1999 e 2013, os 668 jornais regionais apoiados por estas medidas passaram para 465.

Pedro Jerónimo (2015) afirma que, atualmente, a Internet já está consolidada e é a fonte primordial de conteúdos informativos. A sua introdução nas redações levou a várias transformações nos *media* e nas formas de produção de conteúdos, levando mesmo diversos autores a questionar as suas implicações no futuro do jornalismo.

Jerónimo (2015) refere como “*a cultura do jornalismo tradicional prevalece e ‘molda’ as rotinas de produção online*” (Jerónimo, 2015, p.41).

Desde que a internet começou a ser usada pelos *media*, o aproveitamento tem sido relativamente reduzido, face às suas potencialidades. Isso verifica-se especialmente, na

imprensa local e regional (Jerónimo e Bastos, 2012). “*Diríamos que o ciberjornalismo de proximidade é uma realidade entre a imprensa regional em Portugal, porém, aparentemente com pouca evolução*” (Jerónimo & Bastos, 2012, p.50).

Conclui-se assim que o atual modelo coloca vários desafios à imprensa regional e local. Desafios organizacionais, desafios económicos, desafios profissionais e desafios narrativos, que obrigam à procura de uma estratégia inteligente, de forma que consigam ultrapassar os obstáculos e usar todas as potencialidades que a internet oferece.

1.5.2 O jornalista multifacetado

A chegada da internet às redações mudou as capacidades exigidas a um jornalista.

Hoje, é quase obrigatório a versatilidade, é preciso ter várias competências profissionais, como uma boa capacidade de seleção de factos e de acontecimentos, de escrever com rapidez e de forma cativante e uma destreza na pesquisa desinformações.

Ricardo Costa (2017) acredita que os jornalistas são, nos dias de hoje, obrigados a ser multifacetados, pois dessa forma serão capazes de contribuir em diferentes áreas, expandido as suas aptidões. O autor lembra, contudo, que é importante ter em mente que essa polivalência pode contribuir para uma sobrecarga de trabalho, incitar dispersão e prejudicar o trabalho final.

Esta não é uma realidade nova, a de um jornalista ter de desempenhar mais do que uma função, mas, na ótica de Sara Vieira (2014), essa fragilidade é hoje mais visível, porque vivemos numa “*sociedade da velocidade informativa*”, este fenómeno acabou por “*retirar a reflexão e rigor na análise dos conteúdos informativos*” (Vieira, 2014, pp.41 e 42).

A falta de recursos nas redações leva a que os órgãos de comunicação social procurem adaptar as rotinas jornalísticas às suas limitações (Vieira, 2014). Isto leva a que muitos meios de comunicação regionais e locais vivam de um jornalismo de secretária com base em comunicados de imprensa, pondo em causa muitos dos seus princípios.

1.5.3 A demasiada proximidade

Ao conceito do jornalismo de proximidade, junta-se a discussão, de natureza mais ética de “demasiada proximidade” (Costa, 2017). Isto significa que o jornalista precisa de contornar essa proximidade para manter uma observação objetiva e imparcialidade dos factos.

O conceito de “demasiada proximidade” prende-se pelo facto de numa comunidade pequena, haver uma maior probabilidade de os cidadãos e os jornalistas se conhecerem. Ou seja,

existe a probabilidade de ser exigido a um jornalista escrever algo sobre pessoas pelas quais tem estima e isso pode perturbar uma discussão aberta e desinibida.

Ricardo Costa (2017) declara que, por vezes, *“a proximidade estabelecida com os protagonistas faz com que exista, do outro lado, a tentação de querer dar algumas dicas sobre como a notícia deve ser redigida”* (Costa, 2017, p.28).

Sara Vieira (2014) concorda que ser próximo e cúmplice com o desenvolvimento de uma região não significa que o jornalista tenha de ser parcial ou se deixar levar pelo peso das elites que moldam a região. É obrigatório para a autora, que o jornalista aja em conformidade com o rigor que molda a profissão.

Vieira (2014) fala como o campo de ação da imprensa regional e local é notoriamente dominado por certas elites que possuem o poder e o querem manter. Isto acontece porque as elites mantêm relações de proximidade bastante cúmplices com os órgãos de comunicação e isso reforça o seu poder. *“É neste jogo de relações de força que as elites locais atingem o seu protagonismo nas regiões e, conseqüentemente, nas páginas dos jornais regionais e locais”* (Vieira, 2014, p.46).

As fontes são uma componente decisiva para a qualidade da informação jornalística. Os contactos que os jornalistas estabelecem são determinantes para o seu trabalho e espelham *“a estrutura social e de poder existente”* (Vieira, 2014, p. 46), bem como a forma como a empresa se organiza *“a partir das exigências dos procedimentos produtivos”* (Vieira, 2014, p.46).

A autora defende que o êxito *“de um jornalista em definir as fontes é baseado na ideia de produtividade (quem mais produz mais interesse tem)”* (Vieira, 2014, p.46). Ou seja, um jornalista socorre-se de certas fontes porque as mesmas já têm uma credibilidade e autoridade reconhecidas.

Nesta lógica de pensamento, é óbvio que as elites dominantes de uma região, são aquelas que também têm mais poder na narrativa jornalística e os jornalistas que se encontram mais próximos delas convivem mais espontaneamente com os seus representantes em ocasiões informais, isto facilita o acesso às informações privilegiadas (Vieira, 2014). *“Até porque, uma das formas de o jornalista ganhar um certo estatuto social é criar um conjunto de relações com as elites, traduzida numa vasta agenda de contactos”* (Vieira, 2014, p.48).

Vieira (2014) conclui dizendo que esta é uma forma de influência invisível que se reflete na gestão dos próprios meios de comunicação social e que acaba por influenciar os conteúdos informativos das publicações.

Carlos Camponez (2012) argumenta que entre os muitos desafios do jornalismo de proximidade, os maiores são:

“As pressões por parte das elites locais, os riscos das sanções económicas e políticas, os desafios para fazer respeitar princípios de equidade no tratamento da informação, o problema do envolvimento dos jornalistas em causas locais e regionais capazes de pôr em causa a sua integridade e a independência profissional” (Camponez, 2012, p.38).

Sara Vieira (2014) admite que o grande desafio da imprensa regional é o da sobrevivência, tendo em conta as tentações que as relações com as elites dominantes locais suscitam. A autora reflete que em jogo se encontra a capacidade dos jornalistas e dos órgãos de comunicação conseguirem harmonizar o pacto comunicacional com o “*desenvolvimento da região sem deixarem de assumir as suas responsabilidades éticas*” (Vieira, 2014, p.51).

Capítulo 2: A História do Diário de Coimbra

O Diário de Coimbra foi fundado a 24 de maio de 1930, por Adriano Viegas da Cunha Lucas, e situa-se na Rua Adriano Lucas, em Coimbra. O Diário de Coimbra é “*um jornal diário generalista que tem como missão principal levar ao leitor a informação do que de mais relevante se passa em Coimbra, na Região das Beiras, em Portugal, na Europa e no Mundo, com verdade, seriedade e rigor*”¹, como é possível ler-se no estatuto editorial no site oficial do jornal.

Adriano Viegas da Cunha Lucas liderou o órgão de comunicação social cerca de 20 anos. Após o seu falecimento, o Diário de Coimbra passou a ser do seu filho, Adriano Mário da Cunha Lucas, que o geriu, sensivelmente, 60 anos. Atualmente, é dirigido pelos irmãos Adriano Callé Lucas e Miguel Callé Lucas, proprietários e diretores, tratando-se da terceira geração da mesma família à frente do Diário de Coimbra.

Juntamente com os irmãos Callé Lucas, encontram-se João Luís Campos, diretor adjunto e o responsável pela edição do Diário de Coimbra, Teresa Veríssimo, diretora geral da empresa, Manuela Ventura, editora executiva, e ainda os dois chefes de redação, Ana Margalho e Manuel de Sousa.

O grupo responsável pelo Diário de Coimbra inclui também o Diário de Viseu, o Diário de Aveiro e o Diário de Leiria.

O jornal conta com dois repórteres fotográficos e com 20 jornalistas divididos por várias secções. Juntamente com o diretor adjunto, os chefes de redação e a editora executiva, estão também Rute Melo, a secretária da redação e Ricardo Sousa, coordenador da secção de desporto.

Em termos de organização, o Diário de Coimbra, para além da divulgação de notícias, tem os “Classificados”, alguns suplementos fixos e ainda anuais, como por exemplo, os especiais de Natal e de Fim de Ano.

“O ‘Diário da Turma’ e o ‘DC Saúde’, são complementos publicados alternadamente de 15 em 15 dias, exceto quando existem períodos de pausas letivas, nessa altura o ‘Diário da Turma’ não é publicado; o ‘DC Magazine’, é o suplemento que é publicado todos os sábados, e o ‘Domingo’, é publicado aos domingos, ambos são compostos por fotografias referentes a determinados eventos sociais, e por vezes são complementados com reportagens; por fim, todos os sábados são publicados suplementos sobre emigrantes ou imigrantes, alternadamente, a que o jornal deu o nome de os ‘Os nossos lá fora’ e ‘Os nossos lá de fora’, respetivamente” (Ferreira, 2020, p.19).

¹ Consultado em https://www.diariocoimbra.pt/estatuto_editorial a 25 de fevereiro de 2021.

A maior parte da informação encontrada neste capítulo foi retirada da revista, *1930-2000: Diário de Coimbra, 70 anos de História*, lançada pelo jornal para celebrar os seus 70 anos de história. Contudo, é de notar que se trata de um estudo superficial com informação pouco desenvolvida sobre alguns dos assuntos abordados.

2.1 As direções do Diário de Coimbra

De muitos diretores e editores se fez o jornal.

De 1930 a 1947, o Diário de Coimbra teve 10 diretores, sendo que o último, Álvaro dos Santos Madeira, manteve-se no cargo durante 30 anos, desde 1947 até 1975.

O jornal desde a sua formação até 1946 teve 12 editores. Adriano Lucas ficou com o cargo de 1946 a 2011.

Em 1975, Adriano Lucas assume a direção do jornal, juntando essa pasta a da edição, até ao seu falecimento, em 2011, altura em que a direção é assumida pelos seus filhos Adriano Callé Lucas e Miguel Callé Lucas.

2.2 Decisões técnicas, tecnológicas e estratégicas

O Diário de Coimbra mudou de sede sete vezes no decorrer dos seus 90 anos. A primeira sede do jornal foi nas Escadas do Quebra Costas, nº 27. Em 1933, o Diário de Coimbra, mudou de instalações três vezes, a 9 de abril, passa para a Sá da Bandeira, nº 80, a 1 de setembro, para a Avenida Navarro, nº 43, e, a 13 de dezembro, para a Rua Ferreira Borges, nº 155, 2º. A 20 de janeiro de 1936, o jornal mudou-se para o Pátio dos Castilhos, nº 2. A Rua da Sofia, nº 179, foi a sede do Diário de Coimbra durante mais de 45 anos, sendo que o jornal se mudou para lá a 1 de maio de 1941. Em 1988, mudou-se para a Estrada de Eiras, onde ainda hoje se situa, mais tarde denominada, Rua Adriano Lucas.

Entre 1930 e 1947, o Diário de Coimbra mudou de imagem gráfica nove vezes. Destacando, os anos de 1937 e 1947. O primeiro porque o nome de Adriano Viegas da Cunha Lucas passou a constar no cabeçalho do Diário de Coimbra como o proprietário do órgão de comunicação. Hoje o seu nome é lá mantido como o fundador da publicação, em conjunto com as datas do seu nascimento e da sua morte, tal como o do seu filho, Adriano Mário da Cunha Lucas, também acompanhado das datas de nascimento e morte. Já, o segundo porque o mesmo cabeçalho se manteve no jornal durante 20 anos.

Entre 1967 e 1993, a imagem gráfica foi alterada três vezes.

Em termos de formatos, logotipos e grafismos o Diário de Coimbra não sofreu muitas alterações, ao longo dos anos, sendo que teve um novo formato em 1946 e em 1967, e dois logotipos, em 1996 e em 1999, sendo que neste último ano teve também um novo grafismo.

No que toca a termos de propriedade, o jornal começou a 15 de maio de 1933, por deixar de pertencer à “Empresa do Diário de Coimbra”, passando a fazer parte da empresa “Sociedade A Tipográfica de Coimbra”.

Em 1941, a impressão do Diário de Coimbra “*passou a ser feita folha a folha, numa máquina plana sem corte de páginas. Cada folha é impressa e, posteriormente, dobrada, correspondia a oito páginas do jornal*” (Diário de Coimbra, 2000, p.220). A ideia era o leitor abrir o jornal como se fosse um livro.

A 8 de agosto desse ano, depois de tudo formalizado e legalizado conforme a lei de imprensa, o Diário de Coimbra passa a ser publicado como propriedade de uma nova empresa, “A Tipográfica das Beiras”.

Dois máquinas de impressão Linotype 48, encomendadas ainda antes da entrada dos Estados Unidos da América na Segunda Guerra Mundial, foram entregues no Diário de Coimbra em 1948. Vinham facilitar “*a composição do jornal, em conjunto com uma tituleira que fundia os títulos depois de compostas as letras à mão, permitindo títulos novos todos os dias – o que não era possível anteriormente*” (Diário de Coimbra, 2011, p.4).

Até 1950, os jornais diários do Porto (Comércio do Porto, Jornal de Notícias e o Primeiro de Janeiro) e de Lisboa (Diário de Notícias e o Século) tinham um acordo entre si. O acordo compreendia que os jornais de Lisboa não fossem vendidos a norte do Mondego e os do Porto a sul do Mondego, antes do meio-dia, dando oportunidade ao jornalismo local de cada lugar. O acordo acabou e o Diário de Coimbra viu-se no meio do fogo cruzado, entre jornais do sul e do norte, que os restantes jornais nacionais impunham, na luta da conquista pela cidade.

Como estratégia, para marcar a sua posição no mercado, o Diário de Coimbra, passou a dar mais importância a notícias do concelho de Coimbra e da região, apostando no jornalismo de proximidade, reforçando a distribuição porta a porta. Dessa forma, conseguiram conquistar os coimbricenses e os assinantes aumentaram.

A 4 de fevereiro de 1951 a escassez e o aumento do preço do papel levaram a que muitos jornais aumentassem o preço de venda. Não obstante, o Diário de Coimbra manteve o seu preço de 60 centavos (0,30€), mas a 29 de março a crise do papel forçava o jornal a pedir aos seus assinantes um leve aumento na percentagem do preço da assinatura. Todavia, a 14 de julho, o jornal cedia à pressão da escassez do papel e viu-se forçado a seguir as tendências mundiais, aumentando o preço de venda para 70 centavos (0,35€).

“O Diário de Coimbra compra a primeira máquina rotativa Konnig Baur” (Diário de Coimbra, 2000, p.255), em 1966. Para instalar a máquina na sede de redação do jornal, foi necessário construir um anexo no jardim do prédio da Rua da Sofia. No dia um de janeiro de 1967, o Diário de Coimbra passou a ser impresso em máquina rotativa cilíndrica.

Em 1981 acabou o tempo da tipografia, impunha-se o tempo da fotocomposição e a da impressão off-set, dessa forma para evitar o seu fim, o Diário de Coimbra, teve de se adaptar aos tempos e ao que exigiam.

“Conseguimos comprar a máquina rotativa off-set Linotype Pacer 36 (com a qual ainda funcionamos) em Inglaterra, em 1982, por um preço muito reduzido por força do encerramento de uma gráfica, devido a greves do pessoal gráfico. Só depois desta compra alugámos um dos armazéns onde instalámos a F.I.G. (Fotocomposição e Indústrias Gráficas), empresa associada para se dedicar às artes gráficas. Os gráficos do Diário de Coimbra passaram a trabalhar na F.I.G. como impressores, fotocompositores e montadores” (Diário de Coimbra, 2000, p.255).

Em 1985, o Diário de Coimbra adere à Fédération Internationale des Editeurs des Journaux (FIEJ), presidida por Franz van Vick. A FIEJ foi criada após a Segunda Guerra Mundial em defesa da Liberdade de Imprensa.

Em 1993 a cor chegou à primeira página do jornal.

No dia 1 de março de 2000, a F.I.G. adquiriu uma nova máquina rotativa para revistas. A empresa manteve-se ainda em negociações para ter também outra máquina rotativa mais moderna para imprimir jornais.

Em 2001, novas máquinas rotativas de jornais são adquiridas pela F.I.G. (GOSS Community) que permitiram uma “*excelente qualidade de impressão, especialmente na cor. No ano anterior entrara uma outra máquina rotativa (MAN) para a impressão de revistas*” (Diário de Coimbra, 2011, p.16).

2.3 Ligação do jornal à cidade de Coimbra

Sendo o Diário de Coimbra, um jornal regional, encontra-se bastante ligado à cidade que lhe dá parte do nome. As ligações do jornal a Coimbra são inegáveis, não só pelo próprio nome do órgão de comunicação ou das notícias serem diretamente relacionadas com a região e os arredores, mas também pela apreciação que os cidadãos e a Câmara Municipal têm pelo Diário de Coimbra.

Esta é uma relação existente desde o momento em que o jornal nasceu, que foi reforçada ao longo dos anos de existência do Diário de Coimbra. Começou a 11 de julho de 1936, quando

o presidente da Junta Geral do Distrito de Aveiro, Assis Teixeira propôs na sessão de encerramento do VI Congresso Beirão, que o Diário de Coimbra fosse designado como o “Órgão do Movimento Regionalista das Beiras”. Designação que o jornal recebeu, três dias depois do evento, sendo uma posição que ainda hoje assume.

No decorrer do 40º aniversário do jornal, a Câmara Municipal de Coimbra, no dia 27 de maio de 1970, decide em reunião chamar a uma rua da cidade “Rua Diário de Coimbra”.

O Diário de Coimbra voltou a assumir-se como órgão regionalista das Beiras, a 1 de setembro de 1997, através de um editorial de Adriano Lucas sobre regionalização.

A Câmara Municipal de Coimbra, a 18 de novembro de 1997, decide batizar a rua onde se encontram as instalações do Diário de Coimbra com o nome do fundador do jornal: Adriano Viegas da Cunha Lucas. A via antes conhecida por Estrada de Eiras, hoje é a Rua Adriano Lucas.

No dia 4 de abril de 2011, mais uma vez, a Câmara Municipal de Coimbra, decide honrar o fundador do jornal com a criação do Prémio de Jornalismo “Adriano Lucas”, que pretende presentear trabalhos da área do jornalismo que defendam os mesmos princípios que o Diário de Coimbra, isto é, “*a divulgação de temas relacionados com Coimbra e a Região das Beiras*”², tal como se pode ler no regulamento do prémio encontrado no site da Universidade de Coimbra.

2.4 Causas sociais apoiadas pelo Diário de Coimbra

O Diário de Coimbra desde sempre que apoiou várias causas, não só sociais, mas também políticas, como irei referir mais à frente, com o objetivo de criar um sentido de consciencialização nos seus leitores, de lhes mostrar a verdade, de defender os seus princípios, aquilo em que se fundamenta como publicação e de apoiar as regiões por vezes envolvidas, cumprindo a sua missão de “Órgão do Movimento Regionalista das Beiras”.

Em dezembro de 1932, naufragou a traineira “Augusto” na Figueira da Foz, que vitimizou 10 pescadores. O Diário de Coimbra iniciou um peditório, em Coimbra, com o objetivo de ajudar as famílias afetadas pelo acidente. O jornal foi elogiado pela sua conduta e conseguir contribuir com mais de oito contos (40 euros).

Uma “nova tragédia marítima” assolou novamente a Figueira da Foz, em dezembro de 1933. Doze pescadores morreram afogados. O jornal volta a incentivar a solidariedade nos cidadãos e angaria bens alimentares para ajudar as famílias vitimizadas pelo acidente.

² Consultado em https://www.uc.pt/premioadrianolucas/regulamento_1 a 15 de março de 2021;

A 8 de junho de 1945, a subscrição, impulsionada pelo jornal, para ajudar crianças pobres das escolas da cidade de Coimbra terminava. Contudo, dias depois o jornal promoveu a distribuição de calçado a crianças necessitadas.

A subscrição que o Diário de Coimbra abriu, a favor das crianças pobres, já tinha angariado, a 7 de janeiro de 1951, 27 contos (135 euros).

A 28 de abril de 1951, o Diário de Coimbra noticiava uma petição dos moradores do Bairro do Ingote destinada à Câmara Municipal de Coimbra, por causa da falta de condições nas instalações e no fornecimento de água às casas.

A 1 de fevereiro de 1974, Adriano Lucas, entrega a Marcelo Caetano, um abaixo-assinado, com cerca de 15 mil assinaturas, para que as linhas dos caminhos de ferro para a Lousã deixassem de atravessar Coimbra.

A 21 de maio de 1976, o Diário de Coimbra escrevia uma exposição a Mário Soares, na altura, primeiro-ministro, contra a construção do apeadeiro da linha da Lousã junto ao Parque da Cidade, trazendo à memória o abaixo-assinado de 1974.

No decorrer de 1976, o jornal foi multado em 80 contos, cerca de 400€, por Manuel Alegre, secretário de Estado da Comunicação Social. Isto gerou uma onda de revolta e apoio nos leitores, que mandaram dinheiro para pagar a multa, poucos dias depois, o jornal pediu para pararem de mandar fundos pois já tinham dinheiro excedente, que decidiram doar à Casa dos Pobres.

O mês de janeiro de 1999 foi marcado pela luta do Diário de Coimbra em conjunto com o Diário de Leiria para travar a decisão da ministra do ambiente contra a co-incineração na localidade de Souselas (Coimbra) e de Macieira (Leiria). No dia 19 de janeiro, ambos os jornais, entregaram petições no Parlamento contra a incineração de resíduos industriais perigosos, com o apoio de 63 868 mil cidadãos e das suas assinaturas. Dois meses depois do anúncio da escolha das cimenteiras, o Parlamento suspendeu o processo.

O Diário de Coimbra abriu, no dia 10 de setembro de 1999, uma conta bancária para apoiar a causa de Timor. A 11 de março de 2000, Coimbra voltou a unir-se, desta vez, para apoiar Moçambique. O Diário de Coimbra abriu novamente uma conta a favor da causa de Moçambique, tal como fez por Timor.

Em 2010, o Diário de Coimbra promoveu uma petição contra a paralisação das obras do Metro Mondego, começada por Bruno Ferreira. Em poucos dias, conseguiram 8614 assinaturas, que foram entregues no Parlamento no dia 22 de julho. Quando os peticionários foram ouvidos em outubro, na Assembleia da República, tinham mais 1956 assinaturas, o que no total ultrapassava as 10 mil.

2.5 Posição política assumida pelo jornal antes do 25 de abril

Foi no dia 7 de julho de 1945 que o Diário de Coimbra recebeu aquilo que classificam como “*a mais grave penalidade aplicada a um diário português*” (Diário de Coimbra, 2000, p.228). O órgão de comunicação social viu a sua publicação a ser proibida durante um ano, isto devido a uma notícia sobre um trapezista que morreu durante um espetáculo. A censura imposta à imprensa, pelo Estado Novo, viu a notícia como uma afronta ao Estado e a Salazar. O Governo aplicou uma pena de suspensão de publicação durante 20 dias e exigiu a substituição do diretor. Os diretores indicados foram sendo recusados um a um e apenas no dia 4 de julho de 1946, um ano após a suspensão efetiva do jornal, e por pedido pessoal de Bissaya Barreto, o Governo autorizava a republicação do mesmo.

No dia 12 de maio de 1951, o Diário de Coimbra noticiava uma nota de imprensa da PSP sobre desacatos ocorridos a 9 de maio, em frente ao Teatro Académico Gil Vicente (TAGV).

“Dos confrontos entre a Polícia e os estudantes resultou um ferido grave, além de seis feridos ligeiros, de acordo com a nota oficial. ‘O presidente da Comissão de Censura de Coimbra (Afonso de Jesus Caveiro) telefonou para o Diário de Coimbra e informou o então Chefe de Redação, Sr. Frias, de que o estudante tinha morrido. Perguntando se podia ser publicada a notícia, o presidente da Comissão de Censura disse que sim, mas que tinha de ser dada com muita cautela, acabando por dizer que ele mesmo o ia fazer. A informação era, no entanto, falsa’, lembra Adriano Lucas” (Diário de Coimbra, 2000, p.267).

No dia 13 de maio após os acontecimentos no TAGV, o Diário de Coimbra via-se perante “uma armadilha” que visava o seu funcionamento. Como forma de defesa, o jornal acabou por publicar em editorial, o verdadeiro responsável pela partilha da informação falsa aos leitores, arriscando-se a possíveis riscos por parte da Comissão de Censura. Adriano Lucas, editor e proprietário do jornal, no dia 22 de maio de 1970, estabelece alguns contactos, e nesse mesmo dia o Diário de Coimbra noticia a tomada de posse de Afonso Pereira Rodrigues, como o novo presidente da Comissão de Censura de Coimbra.

2.6 Posição política assumida pelo jornal após o 25 de abril

Depois do 25 de abril de 1974, muitos foram os movimentos de esquerda que tentaram tomar de assalto jornais diários e o Diário de Coimbra não foi exceção. A 12 de maio de 1974, o chefe de redação, Amância Frias, coordenou um movimento apoiado por alguns gráficos do jornal, e espalhou a mensagem de que o diretor, Álvaro dos Santos Madeira, era fascista. Os responsáveis pela impressão do jornal, recusaram-se a imprimir o mesmo, até o diretor ser despedido. Isto levou a uma manifestação de extrema-esquerda à porta do jornal, na altura

localizado, na rua da Sofia. Adriano Lucas reuniu-se com toda a empresa afirmando que o diretor não era, nem nunca, foi fascista e propôs a eleição de uma comissão para discutir quais os trabalhos e qual o futuro desenvolvimento do jornal, agora que a censura e o regime tinham caído. Apesar de tudo, continuam a não querer imprimir o jornal.

“Adriano Lucas solicita uma audiência ao coronel Rafael Durão, recém-nomeado comandante da Região Militar de Coimbra pela Junta da Salvação Nacional e pelo Movimento das Forças Armadas. A comissão, Adriano Lucas e o seu filho Adriano Callé Lucas são recebidos, às 3 horas da madrugada, e Rafael Durão, em pijama e roupão, depois de ouvir o que se estava a passar, foi claro, dizendo que impedir a publicação do Diário de Coimbra iria contra o espírito do 25 de abril. ‘Os senhores vão lá imprimir o Diário de Coimbra, porque se não o fizeram eu vou lá com a tropa’, afirmou. Salvou, nesse dia, o Diário de Coimbra (o chefe de redação demitiu-se de pronto) de ser tomado por comunistas e oportunistas como aconteceu com muitos jornais daquela época e que acabaram por fechar” (Diário de Coimbra, 2011, pp.4-5).

No dia 7 de julho de 1974, surge o “Domingo, Jornal do Dia”, sob a direção de Adriano Callé Lucas, filho de Adriano da Cunha Lucas. A ideia era contornar as imposições impostas, no mês anterior, pelos empresários dos jornais de Lisboa, que queriam que os jornais diários deixassem de ser vendidos ao domingo. O Grémio Nacional da Imprensa Diária – que se alterou para AID – Associação da Imprensa Diária – concordou. O Diário de Coimbra, não conseguindo sobreviver com os custos de tal decisão, começou a publicar o jornal ao domingo com um nome diferente, foi o único jornal que o conseguiu fazer durante seis meses.

A 29 de setembro de 1974, o Diário de Coimbra anunciava, previamente, a prisão de perseguidos pelo “gonçalvismo”, o que permitiu às pessoas, em questão, fugir antes de serem presas.

Em 1975, aproveitando uma altura em que Adriano Lucas estava fora de Portugal, um grupo de jornalistas apoderou-se abusivamente da redação e publicou no jornal um comunicado com cariz comunista.

“Adriano Callé Lucas chamou a redação e disse aos jornalistas que esta atitude era intolerável e que muitos assinantes iam começar a devolver os jornais. O que de facto sucedeu. O jornalista que liderou o grupo foi demitido e o jornal retomou a sua orientação independente” (Diário de Coimbra, 2011, p.5).

O “Jornal Novo” começou a ser impresso na tipografia do Diário de Coimbra. O “Jornal Novo” foi fundado por Artur Portela Filho “*com o objetivo de dar maior solidez à democracia portuguesa e de apoiar a afirmação da Liberdade de Imprensa*” (Diário de Coimbra, 2011, p.7).

Em novembro de 1975, após uns telefonemas dirigidos por Adriano Lucas, o “Jornal Novo” começa a ser impresso na tipográfica do Diário de Coimbra devido à proibição a venda de jornais diários em Lisboa.

“Além do ‘Jornal Novo’, durante os denominados ‘dias quentes’ de novembro de 1975, a gráfica do Diário de Coimbra imprimiu também a ‘Luta Popular’, jornal do MRPP cuja publicação foi impedida em Lisboa por decisão dos sindicatos dos gráficos afetos ao PCP. Na realidade, ao proporcionar a impressão de jornais que, de outra forma, não conseguiriam chegar aos leitores, o Diário de Coimbra ajudou a colocar nas bancas a informação livre e a consolidar a liberdade de Imprensa” (Diário de Coimbra, 2011, p.7).

2.7 O projeto de Media do Diário de Coimbra

Ao longo dos anos, o jornal foi tendo vários suplementos e páginas que completavam o Diário de Coimbra, para além das tradicionais, tal como tem ainda hoje. A 25 de setembro de 1965, o jornal como forma de celebrar o 50º aniversário da Casa das Beiras, publicou, no dia do X Congresso Beirão, um suplemento dedicado às “Províncias Beiroas” através de uma edição de 132 páginas.

Na década de 70, foram criadas três páginas para suplementar o Diário de Coimbra. A 7 de maio, iniciou-se a publicação periódica de uma página dedicada às artes, chamada “Juvenil”, a 23 de maio, a publicação de uma Página Agrícola e a 13 de junho, a publicação de uma Página Feminina.

No final de 1988, a 10 de dezembro, é criado um semanário, com publicação ao sábado, chamado “Comércio e Anúncios”. No início dos anos 90, no dia 8 de janeiro, o Diário de Coimbra, lança um novo suplemento desportivo, com edição às segundas-feiras, que noticiava todas as modalidades desportivas da região centro. Coordenado por Adriano Callé Lucas, o suplemento chamava-se “O Desportivo das Beiras”.

A 19 de janeiro de 1994, o jornal deu início à publicação periódica de diversos suplementos: “Centro Portugal Política”, “Centro Portugal Economia”, “Centro Portugal Desporto”, “Centro Portugal Saúde”, “Centro Portugal Jovem”, “Centro Portugal Motores” e “Centro Portugal Turismo”.

O caderno “Os Classificados” passou a ser um novo suplemento do jornal a 8 de outubro de 1997. Dois anos mais tarde, a 21 de outubro de 1999, como forma de dar resposta ao ensino superior, surgiu o suplemento a “Tribuna Universitária”, tinha oito páginas e era editado à quinta-feira.

Foi em 1997, no dia 3 de fevereiro, que o jornal abriu uma delegação na Figueira da Foz.

O Diário de Aveiro nasce a 19 de junho de 1985, sob a direção de Adriano Callé Lucas. O Diário de Leira surgiu a 13 de outubro de 1987, também sob a direção do neto do fundador do Diário de Coimbra.

Em 1988, com o objetivo de desenvolver outros tipos de jornalismo, para além do impresso, o jornal arranhou o anexo da rua da Sofia, de forma a criar um gabinete para rádio, concorrendo às frequências de Coimbra, Aveiro e Leiria. Foram, primeiramente, informados que tinham ficado com as três. *“Mas certamente por motivos políticos na informação oficial da Secretaria de Estado da Comunicação Social ficámos a saber que só nos fora atribuída a de Leiria. No entanto, nem a de Coimbra nem a Leiria nos foram concedidas”* (Diário de Coimbra, 2000, p.295).

A 23 de outubro de 1989, nasce a Rádio Regional de Aveiro, criada por Adriano Lucas, 96.5 FM. *“Integrada no espírito definido pelo Diário de Coimbra, Diário de Aveiro, Diário de Leiria e Diário de Viseu, a Rádio Regional de Aveiro privilegia a informação local e regional”* (Diário de Coimbra, 2011, p.13).

O Diário de Viseu nasce a 2 de junho de 1997, também sob a direção de Adriano Callé Lucas.

No dia 28 de junho de 1999, à semelhança da Figueira da Foz, o jornal, abre uma delegação em Cantanhede.

Através da participação da empresa “Adriano Lucas, Gestão e Comunicação Social” o Diário de Coimbra associou-se ao canal televisivo “TV Saúde” em maio de 2000.

Capítulo 3: O estagiário no Diário de Coimbra

3.1 A minha integração no jornal

O meu estágio curricular permitiu-me fazer parte da equipa do Diário de Coimbra desde o dia 1 de outubro de 2020 até ao dia 1 de janeiro de 2021, todos os dias úteis, das 10h00 às 18h00. Com a pandemia e na presença de outra estagiária, houve semanas que fiquei em casa, em teletrabalho. Cruzei-me com diversos jornalistas e todos me ensinaram algo. Tive diversos trabalhos assinados por mim e publicados no jornal. Tive quatro trabalhos que foram destacados na primeira página (**Anexo 1**), tive duas grandes reportagens publicadas (**Anexo 2 e 3**) e, ainda, muitas experiências que irão marcar para sempre o meu percurso profissional.

Os estágios costumam contribuir de forma positiva para a evolução académica dos estudantes, sendo uma forma vantajosa de colocar em prática os ensinamentos adquiridos ao longo da formação universitária e, muitas vezes, sendo a primeira experiência dos alunos em contexto de trabalho.

No meu caso, já tinha uma primeira experiência de estágio num outro órgão de comunicação social, tal como o Diário de Coimbra, dedicado maioritariamente aos conteúdos impressos: a Notícias Magazine (revista do Jornal de Notícias). A grande diferença entre os órgãos é que um se trata de uma publicação semanal e não diária, inserida num meio nacional e não regional. Ressalvo que enquanto estagiária nesse local, estive mais dedicada à “reciclagem de notícias” e a trabalhar para a página online, que vivia, essencialmente, desse tipo de jornalismo. Para a edição impressa, apenas me foi permitido contribuir com três trabalhos redigidos, originalmente, por mim. Não gostei dessa primeira experiência, fiquei desiludida e sem grandes expectativas sobre o futuro. Apesar de ter adquirido alguns conhecimentos, senti que as minhas capacidades foram desvalorizadas, não vivenciando, verdadeiramente, as minhas expectativas acerca do que pensava que deveria ser uma experiência de estágio e, por essa razão, não consegui explorar mais a fundo a área do jornalismo impresso, que sempre foi aquela que me despertou mais interesse.

Quando surgiu uma nova oportunidade de estágio, escolhi um órgão de comunicação social regional, por ser um meio mais pequeno. Para além disso, tinha como objetivo escolher um local que se dedicasse, na sua maioria, ao jornalismo impresso, pelo que acabei por escolher o Diário de Coimbra.

O meu estágio no Diário de Coimbra começou no dia 1 de outubro de 2020. Nesse mesmo dia, depois de uma reunião com o diretor adjunto, João Luís Campos, conheci a chefe de

redação, Ana Margalho, que me apresentou aos jornalistas e me mostrou a redação. Fiquei até ao final do dia e pedi para me darem trabalho, qualquer coisa que pudesse fazer: a minha ideia era compreender o que me esperava ao longo dos seguintes meses. Assim, foi-me pedido que transformasse duas notas de imprensa em notícias – trabalho que fiz algumas vezes no decorrer do meu estágio, também devido à pandemia da Covid-19 e às contingências que a mesma trouxesse para o jornalismo.

Os meus primeiros dias de estágio desempenharam uma função importante para a minha integração com a equipa e ajudaram-me a compreender o funcionamento do jornal. Com toda a honestidade, o meu acolhimento superou todas as minhas expectativas. Desde os meus colegas, aos editores, todos colaboraram para que o meu período de integração dentro do espaço da revista fosse o mais curto e sereno possível.

Era de extrema importância existir uma rápida adaptação ao funcionamento de trabalho da redação do “Diário de Coimbra”, uma vez que queria disfrutar da melhor maneira o curto espaço de tempo que tinha garantido como membro do jornal. Um elemento com qualidades muito diferentes, por apenas me tratar de uma aspirante a jornalista. Apesar dessa condição, sempre fui tratada como qualquer outro profissional do Diário de Coimbra, conseqüentemente, tive de moldar-me e de corresponder à exigência de produzir conteúdos sob os traços editoriais do jornal.

Todos os jornalistas me deixaram à vontade para questionar e pedir a ajuda que necessitasse. Assim, todas as dúvidas que me foram surgindo ao longo do estágio foram sendo esclarecidas sempre com muita paciência e respeito. Desde cedo me senti como uma parte integrante da equipa que forma o Diário de Coimbra.

O acompanhamento prestado após a realização de cada trabalho, foi fundamental para a minha evolução ao longo dos três meses de estágio. Todo o feedback que recebi, dado pelos profissionais acerca do meu artigo, quando a peça era editada, foi muito importante para a minha aprendizagem. Todos os trabalhos foram corrigidos na minha presença e pude dar sempre a minha opinião, acerca das alterações que eram feitas. As falhas que ia cometendo eram apontadas com frontalidade, o que me possibilitou uma melhoria constante e um acumular de confiança, que serviu para alcançar um desempenho superior em todas as tarefas posteriores às correções sugeridas, uma questão importante na minha integração na redação. Na reta final do meu estágio, os trabalhos já nem sequer eram corrigidos na minha presença, já existia confiança suficiente em mim para saber que tinha feito um trabalho semelhante aos dos meus colegas, mesmo sendo apenas estagiária.

Não existem dias iguais nas redações, seja ela qual for, seja porque existem sempre novas temáticas a ser abordadas, pelo surgimento de trabalhos de última hora, pelas diferentes formas de trabalhar que os diversos jornalistas têm ou até mesmo pelo número de pessoas que se encontram na redação (que varia conforme as folgas e neste momento conforme os regimes de teletrabalho).

3.2 O dia-a-dia no jornal

Todos os dias, quando se chega ao jornal, a primeira tarefa a fazer, é ler, não só, o Diário de Coimbra, mas também o Diário das Beiras. Isto é uma prática realizada por todos os jornalistas da redação, independentemente da hora a que chegam. O objetivo é comparar o trabalho que o Diário de Coimbra fez com o trabalho que o órgão de comunicação concorrente direto realizou, de forma a ver as diferenças e se tem informação distinta.

A primeira pessoa a chegar ao jornal, normalmente é sempre a mesma, tem a responsabilidade de contactar os bombeiros e a polícia, para saber quais ocorrências que aconteceram durante a madrugada. Se o jornalista responsável, ligar depois da troca de turnos dos profissionais, não consegue obter nenhuma informação, pelo que é de extrema importância, chegar sempre muito cedo à redação para fazer estas chamadas.

O jornalista que trata das necrologias é também sempre o mesmo, isto porque as agências funerárias já têm o seu contacto e ligam diretamente para ele sempre que mais alguém da região falece, enviando também um email com a informação e uma fotografia. Contudo, é da responsabilidade do mesmo, ligar se não for contactado primeiro, pesquisar nas páginas online e nas redes sociais, fazendo depois a compilação com as fotografias e a informação necessárias sobre os defuntos, para ir para a página da necrologia do jornal do dia seguinte.

Existe uma reunião diária entre os chefes de redação, o diretor adjunto e o diretor da publicidade, o objetivo é definir o espaço disponível para as notícias e para a publicidade, contudo isto pode ser alterado ao longo do dia.

A agenda do Diário de Coimbra é definida diariamente, no final do dia, entre a responsável pelo secretariado e os chefes de redação. São decididos quais os acontecimentos de maior pertinência do dia seguinte, qual a disponibilidade dos carros da empresa para a deslocação dos jornalistas e qual o horário do evento para que os repórteres fotográficos consigam acompanhar o jornalista. Quando não é possível, o repórter fotográfico ir, são os próprios jornalistas, os responsáveis por desempenhar, para além do seu trabalho, essa função, que inclui não só tirar fotos como por vezes fazer vídeos.

A agenda é impressa e colocada num quadro de cortiça para que todos os jornalistas possam ver, não só quais os eventos que lhe estão destinados, como quem é o repórter fotográfico que o vai acompanhar e também quem está de folga ou de férias. Para além disso, todos os jornalistas recebem, através do email, a sua agenda de trabalhos para o dia seguinte, com a indicação do trabalho, horas e local, sendo que na mensagem se encontram também outras informações importantes acerca do acontecimento.

3.3 O estágio

Três dias após o início do meu estágio, sugeri um tema para uma reportagem, agarrando numa ideia que me tinha surgido para o trabalho final da cadeira de “Jornalismo, Investigação e Reportagem”, de primeiro ano de mestrado. O tema foi aceite sem qualquer reserva e fui elogiada pela minha proatividade. Tratando-se de uma reportagem e não de algo para publicar de forma imediata no jornal, fui fazendo outros trabalhos paralelamente a esse.

No dia 15 de outubro fiz a minha primeira entrevista, ainda que por telefone, para um trabalho que viria a ser publicado quatro dias depois, o primeiro assinado por mim no Diário de Coimbra (**Anexo 4**). Nesse mesmo dia, saí pela primeira vez da redação, para acompanhar um jornalista em serviço. A ideia era compreender o método de trabalho do jornal, desde o momento da recolha de informações até à construção noticiosa.

No dia 21 de outubro, saí da redação pela primeira vez sozinha, tendo unicamente a companhia do repórter fotográfico. Fui incumbida de fazer uma notícia sobre a cerimónia de abertura do ano letivo de um dos departamentos da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. Tive dúvidas e receios, afinal era a primeira vez que fazia algo semelhante. Duvidei das minhas próprias capacidades, tive medo de não ser capaz, de não ter a informação necessária, de não ter material suficiente, de não ter as fontes disponíveis. Receios normais sobretudo para quem está a começar, mas que podem comprometer todo o trabalho pelo impacto que acabam por ter na concentração sobre o que estamos a fazer.

No final da cerimónia, voltei para a redação e acordei com a chefe de redação, o espaço que iria ocupar. Escrevi a notícia com o aquilo que achei de maior relevância e, após ser aprovado pelos editores, saiu no dia seguinte no jornal (**Anexo 5**).

Cada vez que saí da redação, depois desse primeiro trabalho, os medos começaram a desaparecer e comecei a obter respostas de uma forma mais rápida para as minhas dúvidas. Num tempo que não fosse marcado com a pandemia do Coronavírus, as saídas da redação teriam sido

muito mais do que aquelas que foram. A maioria dos meus trabalhos foram através de conferências via Zoom ou entrevistas telefónicas.

No decorrer de três meses de estágio foram muitas as dificuldades que fui ultrapassando e as aprendizagens, quer a nível profissional como pessoal, que adquiri.

Criar títulos e subtítulos foram a minha maior dificuldade. Encontrar um título que seja apelativo para o público, que resuma notícia trabalhada e que seja sucinto, não é uma tarefa fácil, especialmente quando a peça tem por base uma nota de imprensa. Normalmente, as notas de imprensa, para além de um resumo do acontecimento, têm também um título. O trabalho dos jornalistas passa então por se adaptar, criar algo novo que não se afaste do título original e que seja curto. Muitas foram as vezes em que elaborei títulos demasiado longos que tiveram de ser alterados.

Admito que a dificuldade para com os títulos continua ainda em mim, mesmo no final dos três meses de estágio, mas a mesma já fora manifestada quando da minha experiência anterior de estágio. Não obstante, fui capaz, ao longo do estágio, de criar bons títulos para os meus trabalhos. Contudo, sinto que esta é uma área em que encontro algumas dificuldades e se, hoje, me pedissem para arranjar um título para uma peça, tenho dúvidas se seria capaz de o fazer logo numa primeira tentativa.

A minha segunda dificuldade passou por transformar as notas de imprensa em notícias. Esta tarefa à partida parecia simples, acabou por se revelar mais complexa. Não é de todo fácil reescrever algo, dando-lhe um cunho novo e pessoal, sem plagiar e sem fugir ao cerne da questão, principalmente tendo por base um documento que já traz a informação bem resumida.

Estando eu estagiar num jornal diário, todas as notícias da edição do dia eram escritas no dia anterior. A diferença temporal no que toca à escrita das peças, foi algo que demorei a adaptar e que por vezes me confundia, sendo que me enganei diversas vezes nos tempos verbais e nas datas. Houve situações em que, por exemplo, redigia a notícia no dia em que um evento tinha acontecido, e escrevia “hoje”, quando na verdade deveria estar a escrever “ontem”.

Uma das linhas editoriais do jornal é escrever com o antigo acordo ortográfico. Reconheço que ajustar a minha escrita ao antigo acordo ortográfico, depois de vários anos a guiar-me pelas normas do novo, foi um verdadeiro desafio. Porém, isto foi um problema que ultrapassei facilmente, sendo mesmo desafiante no fim do estágio, voltar a escrever com as normas atuais.

Por último, acredito que a última verdadeira dificuldade que senti foi na organização dos factos quando se tratava de escrever uma peça, ou seja, decidir o que colocar em primeiro lugar, e qual o assunto que deveria destacar e eleger. Por uma ou duas vezes, no final de uma

conferência de imprensa, tive a chefe de redação a perguntar-me: “então qual é a notícia?”, sendo que da primeira vez que isso me foi questionado, respondi que a notícia era o evento. Nesse dia, descobri que estava redondamente enganada, até porque na maioria dos casos, o evento já tinha sido noticiado no jornal. A única razão pela qual os jornalistas vão às conferências é para descobrir quais são as novidades e para informarem os leitores sobre as mesmas, informá-los sobre o que ainda não sabem, não para dizer que o evento aconteceu. Assim, aprendi que, normalmente, é no decorrer dos discursos dos intervenientes, que encontramos o assunto que iremos salientar, o que é realmente novo ou o que vai provocar interesse no público. Todavia, quando nada de interessante é dito, é função do jornalista compreender qual o tema mais apropriado a desenvolver.

No início do estágio, era difícil para mim acompanhar estes discursos, conferências e eventos de uma ponta à outra e perceber por onde pegar, perceber o que era notícia. Por essa razão, costumava gravar na íntegra todos os trabalhos que me eram atribuídos e que exigiam esse acompanhamento. No entanto, foi fácil entender que esse método não iria resultar a longo prazo. Existem eventos que duram horas e, como é lógico, não é de todo eficiente transcrever duas ou três horas de gravação e, só depois, começar a construir a peça. Foi evidente para mim que fazer isso me iria prejudicar e afetar o desenvolvimento do meu trabalho. Os jornalistas trabalham num ritmo acelerado com o objetivo de cobrir todos os eventos selecionados na agenda. Dessa forma, não é rentável, nem sequer eficaz, dedicar um dia inteiro a escrever uma única notícia ou a desenvolver um único trabalho. Com o passar do tempo, passei apenas a levar um caderno e uma caneta, focando-me nas anotações como forma de economizar tempo e de aprimorar a minha capacidade de síntese.

Aos poucos fui ganhando mais à-vontade, não só por me sentir mais segura nas minhas capacidades e no meu trabalho, mas também porque sentia que as pessoas depositavam confiança em mim. Comecei a ir para trabalhos que surgiam do “nada”. Isto é, trabalhos para os quais não me tinha preparado previamente ou só tinha ouvido informação muito geral. Um exemplo disso é, o trabalho em que falo das más condições de espera na Loja do Cidadão, em Coimbra, em tempos de pandemia, num dia de chuva (**Anexo 6**). Fui enviada, apenas com a indicação de que tinha de entrevistar algumas pessoas acerca do que pensavam das condições em que se encontravam à espera para entrar na Loja do Cidadão. Fui para o local sem ter preparado pergunta alguma.

À medida que os dias que passavam na redação, ia tendo sempre trabalho para fazer, mas gostava bastante de sair da redação. Apesar do serviço noticioso realizado “sentado na secretária” ser preciso e essencial, nomeadamente, transformar notas de imprensa em notícias,

confesso que esse género de trabalhos não são propriamente desafiantes, nem em termos profissionais, nem pessoais. É no exterior que enfrentamos obstáculos, aprendemos realmente o que é ser jornalista, que damos a cara, que contactamos com o público, que adquirimos as ferramentas necessárias para trabalhar, aprender, que nos desafiamos a ser melhores.

3.4 Os trabalhos mais significativos

Todos os estágios são marcados por dias bons e por dias menos bons. Tendo já referido as minhas maiores dificuldades ao longo dos três meses, quero também mencionar os trabalhos que fiz para o Diário de Coimbra e que mais me marcaram.

Reportagem - “‘Bons Samaritanos’ chegam perto de quem mais precisa”

No primeiro ano de mestrado, na disciplina de “Jornalismo, Investigação e Reportagem” foi pedido a todos os alunos que fizessem uma reportagem a partir de um tema da sua lavra. Tendo gostado bastante da ideia, desenvolvida no mestrado, assim como do resultado final e acreditando que o tema tinha potencial para o jornal, decidi sugerir-lo, como uma possível reportagem para o Diário de Coimbra, ao terceiro dia de estágio, em conversa com a chefe de redação. O tema foi aceite de imediato, tratando-se de um projeto de saúde mental domiciliário gratuito.

Sendo que o tema para a minha reportagem se focava numa iniciativa criada por uma instituição privada, tive primeiro de contactar os responsáveis para saber se o trabalho poderia ou não ser publicado. Esta foi uma etapa que não fiz anteriormente porque inicialmente a reportagem tinha apenas cariz académico.

Depois, reli toda a reportagem e, a pouco e pouco, fui cortando o que era desnecessário. O meu trabalho originalmente tinha 33 549 caracteres, logicamente nunca poderia constar todo no jornal. Levei cerca de uma semana a fazer esses “cortes” e quando me senti confortável com o que tinha, mostrei à Ana Margalho, sendo elogiada não só pela brevidade, mas também pelo que já tinha escrito.

Tendo em conta que o meu trabalho foi feito com uma abordagem muito específica, as implicações que a pandemia teve no mesmo não tinham sido abordadas em nenhuma entrevista. Quando fui questionada sobre isso, não tinha respostas, nem para a Ana, nem para o público que iria ler a reportagem. Assim, tive de marcar novas entrevistas e abordar essa questão.

Dirigi-me com o repórter fotográfico até à instituição, no dia marcado, onde questionei os responsáveis pelo projeto sobre assuntos focados na pandemia e como tinham afetado a iniciativa. Quando cheguei à redação, tendo em conta que tudo isto aconteceu nas primeiras duas semanas em que estive a estagiar, desgravei as entrevistas e tratei de reformular o texto.

Precisei de cerca de mais uma semana para escrever um texto com o qual me sentia confortável para mostrar à Ana. Ela ajudou-me a clarificar algumas coisas que estavam um pouco confusas, aconselhou-me a encurtar algumas citações e ajudou-me com o título principal e os subtítulos da reportagem.

A reportagem “‘Bons Samaritanos’ chegam perto de quem mais precisa” (**Anexo 2**) foi publicada no dia 2 de novembro de 2020 e correspondeu a todas as minhas expectativas, sendo um dos trabalhos que mais me marcou e mais orgulho me dá.

Notícia: “À porta da Loja do Cidadão espera-se horas ao frio e à chuva”

No dia 11 de dezembro, quando cheguei à redação, fui imediatamente chamada pela Ana Margalho para ir fazer um trabalho que tinha surgido à última da hora.

Devido ao número elevado de chamadas recebidas no Diário de Coimbra de diversos leitores a queixarem-se das condições de espera na Loja do Cidadão, por causa das condições atmosféricas adversas. Foi decidido pelos responsáveis editoriais do jornal de que alguém tinha de ser enviado lá para observar e entrevistar as pessoas que esperavam na fila. Tratando-se de um trabalho de última hora e tendo já todos os jornalistas a agenda ocupada, sobrava apenas eu.

Sem qualquer tipo de preparação prévia ou perguntas, fui na hora, acompanhada com o repórter fotográfico, para a Loja do Cidadão. Foi um dos trabalhos mais desafiantes que fiz, não só porque, nesse dia, estava a chover, mas também por ser algo que nunca tinha feito antes.

Ir para um trabalho sem nenhuma ideia prévia é um pouco avassalador, principalmente quando a base do mesmo depende de entrevistas, pois podemos ter a sorte de encontrar alguém muito comunicativo ou alguém que temos de “espremer” até ao limite para conseguir alguma coisa.

Foram várias as pessoas que tentei abordar e que não quiseram falar comigo, por não se sentirem confortáveis. Ao fim de umas quantas tentativas falhadas temi mesmo que ninguém aceitasse falar comigo, o que iria comprometer o trabalho e aquilo que tinha de provar: que era capaz de fazer estes trabalhos de última hora e que mesmo em situações adversas conseguia dar a volta.

Depois de algum investimento e bastante empenho, consegui entrevistar oito pessoas, todas elas com características diferentes, sendo que a maioria se encontrava ligada pela opinião comum sobre as condições de espera.

Quando voltei à redação tratei de escrever a notícia, não só com base no que ouvi, mas também no que observei. Aprendi com esse trabalho que uma notícia, muitas vezes só é sustentada com os dois: observação e testemunhos.

A peça “À porta da Loja do Cidadão espera-se horas ao frio e à chuva” (**Anexo 6**) foi publicada no dia seguinte. Foi um dos trabalhos mais prazerosos e desafiantes que já fiz, que me colocou verdadeiramente à prova e testou as minhas capacidades, mostrando-me que com empenho e dedicação, conseguimos fazer o que quisermos, até mesmo se não tivermos nada preparado.

Reportagem - “Minibioqs: crianças felizes com ciência”

Conheço o projeto dos Minibioqs desde que foi iniciado, isto porque a minha irmã é uma das fundadoras. Os Minibioqs são uma organização sem fins lucrativos que levam a ciência a crianças com menos recursos financeiros e em condições mais fragilizadas, através de experiências simples, incentivando a aprendizagem e a curiosidade. Quando estava a terminar de fazer a reportagem sobre o projeto do “Bom Samaritano”, decidi sugerir, mais uma vez, à Ana Margalho, fazer outra reportagem, desta vez sobre os Minibioqs. O tema foi aceite sem reservas.

Comecei por mandar um email para os Minibioqs, a perguntar se estavam interessados em fazer parte de uma reportagem no Diário de Coimbra. A resposta foi positiva. Marquei uma entrevista no laboratório onde o projeto tem a sua base, com duas das responsáveis e no dia dirigi-me até lá, sozinha, onde eu própria, para além da jornalista, fui repórter fotográfica, tirando fotografias com o meu telemóvel.

Quando voltei para a redação, não desgravei a entrevista, tendo em conta que tinha mais de uma hora e meia de gravação. Foquei-me antes nos aspetos mais importantes que me foram relatados e que iriam ser o objeto principal da minha reportagem e tirei notas. Guardei, também, os tempos das citações que me pareciam mais relevantes de utilizar no trabalho final, para ser mais fácil aceder-lhes mais tarde.

Ao contrário da minha reportagem anterior que já estava “pré-feita”, esta tive de escrever de raiz, na redação e em casa, quando estava em teletrabalho. Na verdade, dedicava-me mais a ela, quando estava a trabalhar a partir de casa.

Demorei algumas semanas até conseguir escrever a reportagem na totalidade. Quando mostrei à Ana, foram necessárias algumas mudanças, como, por exemplo, um título mais explicativo da iniciativa, uma introdução mais humana ao tema e uma explicação mais leiga do que era o projeto.

Oferecer a uma reportagem, um lado mais humano e emotivo é de extrema importância, pois leva o leitor a relacionar-se e a querer saber mais. Não lê algo só por ler ou só porque acha interessante, lê porque sente que tem de ler, porque se identifica com o relato, porque quer saber o que se passa e como pode fazer parte disso ou não.

Quando explicamos algo numa notícia ou reportagem, seja um termo, ou em que é que aquilo consiste, temos de partir do princípio de que a pessoa nunca ouviu falar do assunto antes. Logo temos de usar palavras simples de modo que todos compreendam, para assim toda a gente entender o que se conta na reportagem.

A reportagem “Minibioqs: crianças felizes com ciência” (**Anexo 3**) foi publicada no dia 2 de janeiro de 2021 e marcou-me de uma forma muito especial, não só pela importância do tema em si, mas também porque pude expor o trabalho duro e voluntário que os responsáveis pelo projeto fazem.

Notícia: “Prémio distingue investigadora da UC pela ‘originalidade’”

No dia 19 de dezembro de 2020, foi enviado um email para a redação do Diário de Coimbra, onde uma rapariga, investigadora da Universidade de Coimbra, explicava que tinha sido distinguida com um prémio por causa de um estudo que estava a realizar sobre homossexualidade entre pessoas com deficiência intelectual, sendo que a sua maior distinção tinha sido a originalidade do tema da sua pesquisa.

O trabalho foi-me atribuído e foi o meu último trabalho publicado no Diário de Coimbra, um dia depois do termino do meu estágio.

Preparei as perguntas e entrevistei a autora do projeto por telemóvel. Foi uma das entrevistas mais interessantes que já fiz a alguém. Para além de ela ser muito simpática e bastante acessível, falou comigo de uma forma bastante simples para que eu fosse capaz de transmitir tudo direito aos leitores.

Este trabalho tem um lugar especial no meu percurso, não só porque a entrevista foi uma das melhores que já realizei até hoje, mas porque me permitiu ver como o trabalho jornalístico é tão importante para o mundo, para a sociedade e para a comunidade onde cada órgão de comunicação social se insere.

O prémio que ela recebeu foi lhe atribuído porque ela, escolheu um tema de estudo completamente fora da caixa. Um tema ainda muito visto como tabu e algo difícil de explorar.

Através da entrevista, percebi que o objetivo dela era mudar ideias preconcebidas da sociedade e dar espaço aquela minoria em específico, que é ignorada de tantas formas. Isso é também o trabalho do jornalista e dos órgãos de comunicação. Dar voz às minorias, explorar temas inexplorados, mudar conceitos e mentes, deixar uma marca e ser um dos alicerces que traz a mudança e que luta para que as injustiças sejam resolvidas e para que existam respostas aos problemas expostos.

A notícia “Prémio distingue investigadora da UC pela ‘originalidade’” (**Anexo 7**) foi publicada no dia 3 de janeiro de 2021 e vejo esta como um excelente exemplo do jornalismo de proximidade praticado pelo Diário de Coimbra.

Capítulo 4: Metodologia do Estudo de Caso

O objeto de estudo identificado a partir do nosso estágio vai ser metodologicamente analisado a partir dos contributos efetuados por Isabel Ferin e Ana Teresa Peixinho a partir do livro *Análise dos Media*. Em relação a outros livros de metodologia científica, este pareceu-nos ser aquele que mais se aproxima com os objetivos e com o campo de análise do estudo que pretendemos realizar.

As investigadoras entendem a análise dos meios de comunicação como uma pesquisa teórico-empírica, nas medidas em que as “*dimensões teórico-empírica da Análise dos Media determinam a sua complexidade, bem como a sua interdisciplinaridade*” (Cunha & Peixinho, 2020, p. 50).

Cunha e Peixinho (2020) apresentam as diversas etapas de um estudo empírico sobre os meios de comunicação:

- 1.^a etapa: hipótese;
- 2.^a etapa: investigação;
- 3.^a etapa: problemática;
- 4.^a etapa: construção do modelo de análise;
- 5.^a etapa: métodos de investigação;
- 6.^a etapa: recolha de dados;
- 7.^a etapa: interpretação dos dados.

As autoras identificam a análise dos *media* como uma “*área complexa e multidisciplinar*” que se fundamenta em conhecimentos da Teoria Social aplicados aos meios de comunicação e se encontra associada a contextos sociais, históricos e tecnológicos.

No seu entender, análise significa o “*decompor de um todo*” em diversas partes, tendo o propósito de aprender, observar e estudar objetos.

A construção de um olhar sobre a realidade

Analisar os meios de comunicação social e as suas mensagens revela-se um exercício teórico-empírico que “*tem como objetivo desenvolver uma consciência cívica, profissional, assim como competências de explicitação de conteúdos, com vista a fomentar um pensamento crítico e processos alternativos de produção e abordagem de conteúdos*” (Cunha & Peixinho, 2020, p. 9).

Os objetivos da Análise dos *Media* podem, nalguns aspetos, ser equiparáveis aos da Literacia dos *Media*: “*Área de reflexão e intervenção que envolve o ensino, treino e alfabetização dos cidadãos para o uso, leitura e decodificação dos media tradicionais e sociais*” (Cunha & Peixinho, 2020, p. 27).

A análise dos meios de comunicação social prioriza o estudo das linguagens, das tecnologias formativas, da informação e das condições técnicas “*com potenciais reflexos na qualidade dos conteúdos e na qualidade cívica dos trabalhos dos profissionais*” (Cunha & Peixinho, 2020, p. 27).

As investigadoras afirmam que, em primeiro lugar, o objetivo da Análise dos *Media* é ajudar o público e os profissionais da área formar uma opinião cientificamente sustentada e que consigam aprender “*os mecanismos de produção, circulação e distribuição das mensagens dos media, bem como os constrangimentos do campo mediático*” (Cunha & Peixinho, 2020, p. 28). Em segundo lugar, procura fortalecer competências sociais que possibilitem “*aumentar as exigências de qualidade, fidedignidade, pluralidade e diversidade*” (Cunha & Peixinho, 2020, p. 29) nos órgãos de comunicação social, mas acima de tudo, no jornalismo.

A Teoria Social sistematiza duas abordagens à realidade empírica-social: a abordagem dedutiva e a abordagem indutiva. A primeira, resulta de um contexto teórico específico e da combinação estruturada de noções, no sentido de se elaborar pressupostos que serão corroborados depois de se recolher e analisar dados (Cunha & Peixinho, 2020).

A segunda decorre do estudo de informações empíricas recolhidas, de forma a ser estruturada uma hipótese e a formular-se conceitos (Cunha & Peixinho, 2020).

A análise dos acontecimentos dos meios de comunicação social, permite que ambas as abordagens sejam usadas. Dessa forma, “*tanto se pode partir de um determinado enquadramento teórico para explicar um fenómeno – percurso dedutivo – como partir da observação dos fenómenos para a construção, ou verificação, de teorias e conceitos – percurso indutivo*” (Cunha & Peixinho, 2020, p. 34).

Este estudo de caso segue um percurso de análise dedutivo e indutivo. Indutivo na medida em que ele parte, de facto, da necessidade de fazer reflexão teórica e crítica acerca de uma experiência de estágio. Dedutivo porque, após o estágio, procuramos, antes de definir especificamente o tema de estudo, ler estudos capazes de nos darem uma sistematização acerca deste objeto que decidimos denominar por Jornalismo de Proximidade e procurar os conceitos que o fundamentam. Estes enquadramentos conduziram-nos a procurar um enfoque analítico para a experiência de estágio que realizamos. Na sequência deste percurso, procedemos ao recorte temático e procurámos formular uma hipótese inicial: Sendo o *Público* e o *Diário de*

Notícias dois órgãos de comunicação social distintos, quer do seu ponto de vista da localização da sua sede quer do alcance de leitores, um e outro devem ter abordagens do valor-notícia de proximidade distintos. Neste sentido, podemos procurar formular pergunta: “Será o jornalismo praticado no *Diário de Coimbra* de maior proximidade que o praticado no *Público*?”.

A construção de uma abordagem ao objeto

Para além dos percursos de análise, a Teoria Social apresenta três abordagens principais: a positivista, a interpretativa e a crítica (Cunha & Peixinho, 2020).

A abordagem positivista é feita através da observação, que pode ser medida de forma concreta “*com base em análises estatísticas*”. Os dados são depois registados e quantificados. “*O Positivismo atribui um grande valor ao princípio da replicação – capacidade de uma pesquisa poder ser repetida e chegar a resultados semelhantes – efetuado com base no mesmo desenho teórico e num teste final de validação de resultados*” (Cunha & Peixinho, 2020, p. 35).

A abordagem interpretativa que recusa a mera estatística e quantificação, dando destaque à análise empírica e à “*criação de teorias particulares que proponham novas formas de conhecer a realidade*” (Cunha & Peixinho, 2020, p. 41).

Por último, a abordagem crítica tem como objetivo “*descodificar os diversos níveis de ‘realidade’ social, assumindo que esta é plural e envolve disputas pelo ‘poder’*” (Cunha & Peixinho, 2020, p. 41) no seu processo de compreensão.

A abordagem do presente estudo de caso é positivista. Pois tem por base a observação de dados que foram depois registados e quantificados. Este estudo pode ser repetido e os resultados serão semelhantes, desde que sejam fundamentados com o mesmo “*desenho teórico*” que foi utilizado.

Isabel Ferin Cunha e Ana Teresa Peixinho (2020) defendem que, para analisar os acontecimentos dos meios de comunicação social, é imprescindível identificar os órgãos de comunicação que estão a ser usados como objeto de estudo, enunciar os contextos de análise, “*tais como tempo, espaço, dados de contextualização e das teorias produzidas em torno desse meio*” (Cunha & Peixinho, 2020, p. 43).

A investigação obriga também que a índole dos materiais observados seja especificada, isto é, faça referência a textos impressos, em formato digital, imagens ou sons. Isto implica também que se decida sobre o tipo de métodos que serão usados para analisar estes conteúdos (Cunha & Peixinho, 2020).

A escolha do objeto de estudo e o tipo de pesquisa que se pretende realizar é o que determina os modelos, os instrumentos e os métodos a usar, assim como as metodologias (Cunha & Peixinho, 2020).

O presente estudo de caso passa por fazer uma análise a duas semanas de jornais. O objetivo final é compreender, através de uma análise comparativa a forma diferenciada como dois jornais praticam de forma quase diária o chamado jornalismo de proximidade, “valorizando” o público e o local de uma forma enfática.

O Diário de Coimbra foi escolhido porque, em primeiro lugar, tratando-se este trabalho de um Relatório de Estágio, esse foi o local onde estagiei. Em segundo lugar, por ser um jornal regional, dedicado não só à cidade, mas também à Região das Beiras.

A escolha do segundo jornal foi mais complicada e exigiu alguma ponderação. O jornal escolhido teria de ser de âmbito nacional, para que a análise comparativa de dados do estudo de caso fizesse sentido, tendo em conta o que pretendíamos observar. No final, foi escolhido o Público por ser um jornal de referência nacional e por ser aquele a que tinha mais fácil acesso, tendo em conta, as datas escolhidas para o estudo.

Tratamento de dados

Isabel Ferin Cunha e Ana Teresa Peixinho (2020) consideram que o estudo abarca dois tipos de tratamentos de dados. O tratamento teórico ou básico e o tratamento empírico. O primeiro “*contribui para o aprofundamento teórico e conceptual de uma perspetiva científica constituída, com o propósito de manter a lógica interna e o rigor do desenho metodológico consolidado*”. Já o segundo determina, examina e recolhe dados “*de forma controlada, tendo referenciais teóricos como parâmetros*” (Cunha & Peixinho, 2020, p. 49).

As autoras admitem que a análise de *media* utiliza três tipos de metodologias: quantitativas, qualitativas ou mistas.

Uma metodologia quantitativa tem como base a recolha de dados e beneficia o procedimento numérico dos fenómenos e informações. O objetivo destes tratamentos é “*extrair elementos que permitam fazer inferências válidas, replicáveis e objetivas da substância das mensagens, com base em regras explícitas*” (Cunha & Peixinho, 2020, p.107).

O método mais comum e usado nesta metodologia é a análise de conteúdo. A investigação quantitativa está concentrada em dados retirados de questionários, textos, sondagens, entrevistas ou inquéritos. Sendo depois tratados de forma estatística (Cunha & Peixinho, 2020).

Isabel Ferin Cunha e Ana Teresa Peixinho (2020) fundamentam que as bases de dados que ocorrem “*destes procedimentos incorporam procedimentos sofisticados de análise de conteúdo, nomeadamente a construção de um manual de procedimentos (code book), em que se encontram definidas as categorias de análise (variáveis) e as suas respetivas modalidades*” (Cunha & Peixinho, 2020, p.109).

Uma metodologia qualitativa admite uma ligação inseparável entre “*o mundo objetivo e a subjetividade*” do investigador, por essa razão é impossível ser traduzida em números (Cunha & Peixinho, 2020).

Quem segue esta metodologia, normalmente, utiliza análises textuais e observação, tendo como propósito interpretar documentos, textos e informações. “*Os métodos utilizados advêm preferencialmente das correntes interpretativas filosóficas, da Hermenêutica, da Linguística, da Narratologia e das Análises dos Discursos*” (Cunha & Peixinho, 2020, p.108).

A abordagem das metodologias qualitativas é compreensiva e indutiva. Isto porque “*as ideias (teorias) e as experiências (codificada pelas linguagens) estruturam a forma como se acolhe e interpretam os fenómenos*” (Cunha & Peixinho, 2020, p.109).

As metodologias mistas, tal como o nome indica, recorrem métodos qualitativos e a métodos quantitativos, anteriores já explicados, usando “*técnicas de triangulação de dados*”. Hoje em dia, é a metodologia mais utilizada pois “*tem a capacidade de aprender fenómenos complexos, a partir de diferentes perspetivas e dimensões*” (Cunha & Peixinho, 2020, p.108).

Todas estas metodologias usam como recurso a análise de conteúdo ou as análises textuais, sendo elas: as análises do discurso, a semiótica e as análises narrativas.

Posto isto, este estudo de caso seguiu um tratamento de dados de forma empírica, uma metodologia quantitativa e baseou-se na análise de conteúdo.

Isabel Ferin Cunha e Ana Teresa Peixinho (2020) esclarecem que a análise de conteúdo é um procedimento de pesquisa, extensível a todas as temáticas dos *media*, que tem como objetivo a explicação metódica e quantitativa do conteúdo indiscutível.

As investigadoras explicam que a análise de conteúdo segue três conceitos do método científico: a objetividade, a sistematização e a generalização.

A objetividade obriga o uso de normas explícitas, o objetivo é obter resultados parecidos independentemente das ocasiões (Cunha & Peixinho, 2020). A sistematização recorre à categorização com base em noções declaradas, isto permite recolher os dados de forma organizada (Cunha & Peixinho, 2020). E por último, a generalização que aponta comparar os dados recolhidos e as conclusões geradas em contextos parecidos (Cunha e Peixinho, 2020).

As autoras do livro *Análise dos Media* expõem que quando se utiliza a análise de conteúdo é necessário definir um *corpus*, ou seja, um grupo de textos, documentos ou materiais, sobre os quais se vai incidir a pesquisa.

“Este corpus pode ser delimitado tendo em conta um tema, ou temas, questões de periodicidade e volume, mas sobretudo a representatividade do material selecionado. Um corpus de análise deverá ser sempre representativo, sob pena de os resultados não poderem ser validados e não alcançarem uma leitura universal” (Cunha & Peixinho, 2020, p.114).

Cunha e Peixinho (2020) referem que os procedimentos científicos intrínsecos à análise de conteúdo incluem também a formulação de variáveis homogêneas de análise, ou seja, variáveis apoiadas de forma teórica e justificadas de modo a enfraquecerem as incertezas aliadas à interpretação. Dessa forma, tal como mencionado anteriormente, fazem-se utilizar de um manual de procedimentos ou *code book*.

O estudo de caso centra-se nas datas de 20 de outubro a 2 de novembro de 2020, período correspondente ao tempo em que fui estagiária no Diário de Coimbra. A experiência de estágio permitiu uma participação nos acontecimentos capaz de dar uma perspetiva melhor do que aconteceu e da sua explicação.

É de referir que a análise conta com menos um número do Diário de Coimbra, ao qual não foi possível ter acesso, pois não se encontrava disponível online e os esforços para encontrar a versão em papel junto do próprio jornal revelaram-se infrutíferos.

Tendo em consideração, o grande número de artigos encontrados em duas semanas de jornal, a análise não se foca em toda a informação disponibilizada nos jornais. Após alguma observação do *corpus* optou-se por não analisar a totalidade das edições, uma vez que muitos dados não teriam grande relevância, pela sua multiplicidade de assuntos tratados. Por essa razão, incidiu-se a análise sobre um tema transversal a ambos os jornais: a Covid-19.

As categorias escolhidas para esta análise foram: o número total de artigos; localidade; dimensão dos textos; géneros jornalísticos usados; o tipo de fontes; temas; artigos assinados ou não assinados; tema principal do artigo é a covid ou não e, por último, a primeira página de cada jornal.

4.1 Número de artigos e localidade

Foram contabilizados todos os artigos dos jornais e desses foram escolhidos apenas os que eram relacionados com o novo Coronavírus. O *Diário de Coimbra*, nas duas semanas de

jornal, tem 754 artigos no total e 178 artigos relacionados com a Covid-19. Já o *Público* tem 581 artigos na totalidade, do período analisado, e 140 relacionados com o novo coronavírus.

Depois dessa análise, houve outra observação para perceber em que localidade o artigo se focalizava. Nesta análise são consideradas quatro subcategorias de localidade:

- Os artigos focados em Coimbra;
- Os artigos focados na Região das Beiras (sendo considerado Região das Beiras, as seguintes localidades – Mira, Mealhada, Vila Nova de Poiares, Mortágua, Penacova, Tábua, Condeixa-a-Nova, Montemor-o-Velho, Oliveira do Hospital, Arganil, Pampilhosa da Serra, Góis, Lousã, Miranda do Corvo, Penela, Soure, Figueira da Foz e Cantanhede);
- Os artigos focados em Portugal (qualquer zona fora de Coimbra e da Região das Beiras);
- Os artigos focados no mundo.

Não foram contabilizados como artigos as cartas ao diretor e os espaços dedicados à exposição de eventos culturais.

Esta sub-seleção de artigos, entre Coimbra, Região das Beiras, Portugal e Mundo, é indispensável, neste estudo de caso, tendo em conta que nos permite analisar quais as zonas que tem “espaço” em ambos os jornais.

4.2 Dimensão no jornal

Apesar de ter, apenas, os jornais em formato digital, optei por contabilizar a dimensão do espaço do jornal com recurso a uma régua, medindo o comprimento e a largura que cada artigo ocupa e calculando a área de cada um. Fiz isto, abrindo o documento PDF de cada jornal e alargando o seu tamanho até ao tamanho real de cada um dos jornais.

Esta opção pode conter algumas fragilidades, contudo pareceu-me mais rigorosa do que calcular unidades de página ocupadas (1/4; 1/2, etc.).

A dimensão é uma categoria indispensável, pois mostra o espaço que o jornal despende com cada artigo.

4.3 Categorização dos géneros jornalísticos

Os artigos foram também organizados de acordo com os géneros jornalísticos. Estes não devem ser entendidos como meras narrativas, uma vez que a sua escolha tem por base opções editoriais.

Os géneros jornalísticos desempenham uma função muito importante no que toca a compreender os diferentes discursos produzidos pelos órgãos de comunicação social. Contudo, nem sempre são fáceis de definir e, por vezes, são várias as interpretações que os autores podem fazer de uma mesma unidade textual.

Jorge Medina (2001) olha para os géneros jornalísticos como uma forma de os jornais orientarem os leitores, dando-lhes uma maneira de identificar os conteúdos por eles mesmos. Segundo o autor, funciona como uma espécie de diálogo entre o leitor e o jornal “*pois é através das exigências dos leitores que as formas e os conteúdos dos jornais se modificam*” (Medina, 2001, p.50).

Os géneros jornalísticos servem para identificar qual a intenção do jornalista ao passar uma mensagem, seja ela informar, interpretar, opinar ou divertir (Medina, 2001).

O autor explica que os géneros jornalísticos estão em constante mudança, pelo que encontrar uma definição universal torna-se uma tarefa ingrata e mesmo impossível. O jornalista brasileiro refere que a alternativa a uma classificação globalizada é adaptar a definição de cada género jornalístico o melhor possível a cada comunidade, pois os géneros “*são determinados pelo modo de produção dos meios de comunicação de massa e por manifestações culturais de cada sociedade onde as empresas jornalísticas estão inseridas*” (Medina, 2001, p.45).

O número de géneros jornalísticos depende da “*complexidade e diversidade*” do local onde estão inseridos, isto significa que o que para uns é um género, para outro pode ser um subgénero, esta realidade é extensível a nível mundial, ou seja, o mesmo texto pode fazer parte de géneros diferentes em países diferentes (Medina, 2001).

No seu artigo *Géneros jornalísticos: repensando a questão*, Jorge Medina (2001), esclarece como os géneros surgem, crescem, se modificam e desaparecem, sendo que esta relação depende totalmente do desenvolvimento cultural e tecnológico de cada sociedade e de cada órgão de comunicação de massa.

O autor divide os géneros jornalísticos em quatro grandes grupos: informativo, interpretativo, opinativo e de entretenimento.

Esta classificação coincide, grosso modo, com a proposta de definição de Jean-Luc Martin-Lagardette (1998) ao ordenar os géneros jornalísticos a partir de categorias gerais de informativos, comentário, fantasia e “nobres”.

De uma forma geral, pode-se dizer que estes são grandes chapéus que abarcam no seu seio aquilo que mais habitualmente denominamos por géneros jornalísticos.

De seguida passaremos a expor os diferentes géneros jornalísticos, que identificámos na nossa análise, partindo de uma organização mais ou menos consensual de géneros informativos, interpretativos, opinião e ligeiros.

4.3.1 Géneros informativos

4.3.1.1 Notícia

Rafael Yanes Mesa (2004) diz que os jornalistas têm de entender a notícia como um género autónomo dentro do jornalismo informativo, já que a mesma tem características que a distinguem como tal. É vista como o género jornalístico de excelência, pois a informação que transmite é a mais atrativa para o leitor.

Yanes Mesa (2004) esclarece que a notícia não deve conter a opinião do jornalista que a escreve, uma vez que não se trata de um texto interpretativo. Contudo o autor refere que pode incluir a interpretação do seu escritor de forma subentendida, pois a forma como o texto é relatado e tratado revela de antemão a avaliação que o jornalista fez do que é ou não mais importante. Não obstante, a interpretação explícita, inclui elementos de valoração subjetiva, e essa não tem espaço na notícia. “*Su texto debe limitarse a los criterios de estilo del periodismo informativo, doende la brevedad, la claridade y la exactitud son sus características fundamentales*” (Yanes Mesa, 2004, p. 49).

Desta forma, o autor espanhol, classifica o género jornalístico da notícia como um texto relatado com brevidade, claridade e exatidão, que trata assuntos sobre a atualidade que tenham interesse geral e cujo fim é informar com objetividade.

As notícias têm tamanhos variáveis e também apresentações diferentes, falam sobre acontecimentos e explicam factos. “*Descrever é o primeiro dever. Procurar compreender, o segundo*” (Martin-Lagardette, 1998, p.60).

Jean-Luc Martin-Lagardette (1998) olha para a notícia como a base para qualquer outro género jornalístico, uma opinião que é também partilhada por Sonia F. Parrat (2008).

Parrat (2008) entende que as ocorrências que acontecem à nossa volta e que os jornalistas consideram atuais, relevantes e de interesse, são aqueles que merecem a possibilidade de serem objeto de tratamento noticioso. Depois da seleção e do estatuto de notícia ganho, serão esses os acontecimentos que irão receber cobertura jornalística.

Para a autora, a notícia deve ser totalmente atual e verdadeira. Quando um jornalista a escreve deve preocupar-se em primeiro a responder às clássicas questões de referência da notícia: quem? o quê? onde? quando? porquê? como?. Para além disso, as informações da notícia

devem vir organizadas seguindo o esquema da pirâmide invertida, ou seja, os acontecimentos importantes primeiros e depois os restantes.

Sonia F. Parrat (2008) acrescenta ainda que o jornalista não pode dar a sua opinião e o estilo de escrita deve ser claro, conciso, breve e preciso. “*En la actualidad entiende por información aquel texto periodístico cuyo fin es informar asépticamente sobre un hecho de actualidad más inmediata*” (Parrat, 2008, p.115).

Rafael Yanes Mesa (2004) divide a notícia em três partes distintas: o título, o lead e o corpo.

O título é o que dá início ao texto e pode ser formado por diversos elementos: antetítulo, título e subtítulo. O título, que se deve resumir em poucas palavras, é o núcleo principal da notícia e deve estar escrito de uma forma atrativa para o leitor (Yanes Mesa, 2004).

O lead, normalmente separado do corpo da notícia, é a parte que deve complementar o título com a essência daquilo que aconteceu. Quando não existe lead, esta função pode ser dirigida para o primeiro parágrafo do texto (Yanes Mesa, 2004).

O corpo da notícia é onde se encontra o grosso da informação. E nesta parte é possível distinguir vários constituintes: o facto principal, os comentários e os seus antecedentes, se bem que os últimos dois nem sempre se encontram presentes. O mais destacável no corpo é a estrutura de pirâmide invertida com que é escrito (Yanes Mesa, 2004). Isto acontece porque o leitor prefere ler o mais importante primeiro e depois os factos acessórios.

4.3.1.2 Reportagem

Rafael Yanes Mesa (2004) acredita que a reportagem é um género que engloba todos os outros géneros jornalísticos. “*Es informativo, pero también de opinión*” (Yanes Mesa, 2004, p.195). Pode tratar assuntos da atualidade, contudo também pode incluir algum texto mais criativo.

O autor vê a reportagem como um trabalho que se dedica a aprofundar uma notícia, as causas e as consequências de um acontecimento da atualidade e uma oportunidade de investigação para encontrar aspetos desconhecidos sobre o assunto trazidos para cima da mesa através de testemunhos confidenciais ou através da procura dos factos.

A reportagem é um género mais subjetivo do que os restantes que se encontram restritos à informação, tendo em conta que, ao contrário dos outros géneros, inclui a interpretação do jornalista que a escreve (Yanes Mesa).

Jean Luc Martin-Lagardette (1998) crê que a reportagem é o género mais apreciado pelo público. Pois, tem “*testemunhos diretos e é encenado com arte*” (Martin-Lagardette, 1998, p.72). É o género que se os jornalistas procuram utilizar mais, “*nem que seja para dar vida a um acontecimento que, sem isso, permanece baço e impessoal*” (Martin-Lagardette, 1998, p.72). Contudo, a reportagem exige muito tempo e disponibilidade por parte dos jornalistas, pois é necessário ir até ao terreno.

O professor francês de jornalismo olha para a reportagem como o contacto direto com os acontecimentos e com o público. Pondo à prova todos os sentidos humanos, o jornalista integra-se no assunto o melhor que consegue, colocando questões, ouvindo conversas, lendo toda a informação que conseguir encontrar. O objetivo final é ser capaz de reproduzir por palavras aquilo que está a ver, com pormenores capazes de levar o leitor a imaginar o cenário, como se tivesse a ver um filme. “*É preciso ver, ouvir, sentir, viver e tocar. Deve utilizar-se um estilo direto, a maior parte das vezes no presente, multiplicando os episódios concretos, as imagens, os pormenores, as expressões originais*” (Martin-Lagardette, 1998, p.73).

Sonia F. Parratt (2008) classifica a reportagem como um género jornalístico de extensão variável em que se pode aprofundar, incluir, explicar e analisar os factos atuais. Não obstante, estes não precisam de ter valor noticioso, pois o autor tem uma maior liberdade estrutural e expressiva. Normalmente, a reportagem é publicada com assinatura e é acompanhada de fotografias e infografias.

A reportagem funciona como um segundo nível de informação. Não contém a opinião do autor, em vez disso, mostra e explica os factos que foram escolhidos pelo mesmo (Parratt, 2008). “*Será el lector el que valore en función de los datos que recibe, eso sí, son datos seleccionados por el autor, de ahí que hablemos de interpretación y no de información pura*” (Parratt, 2008, p.122).

A autora espanhola esclarece que o tema das reportagens costuma ser atual, mas não tem de ter interesse para todos os leitores. Pode surgir através de uma notícia ou de um facto noticiado antes.

Para Parratt (2008) uma reportagem é construída através de quatro etapas: a eleição do tema, a pesquisa da informação e do maior número de factos, sendo que se recorre, a vários tipos de fontes, decidir qual o enfoque que se pretende dar à reportagem e por último, qual irá ser o processo de escrita.

O autor goza de uma liberdade que lhe permite escolher o enfoque, estilo e estrutura que considera mais conveniente para o seu texto (Parratt, 2008). “*Especialmente en el interpretativo,*

es deseable que tenga um principio cautivador, um desarrollo interesante y un final concreto que se redacta combinando la narración com las descripciones” (Parratt, 2008, p.123).

Martin-Lagardette (1998) explica que a narrativa numa reportagem pode ser personalizada de forma exagerada, contudo tem sempre de permanecer verdadeira e objetiva. “*O bom repórter vê o que ninguém observa ou, então, observa o que os outros se limitam a ver*” (Martin-Lagardette, 1998, p.74).

Para Yanes Mesa (2004) uma reportagem engloba todos os outros géneros jornalísticos, apesar disso não é a soma deles, é um texto com características próprias. Por essa razão pode ser definido como “*un género periodístico informativo que contiene la interpretación explícita de su autor, que, com estilo literário, firma un texto que se caracteriza por la posible admisión en su cuerpo de cualquier outro género*” (Yanes Mesa, 2004, p.198).

4.3.1.3 Entrevista

Jean Luc Martin-Lagardette (1998) acredita que quando um jornalista faz uma entrevista está a oferecer ao seu interlocutor um “altifalante”, valorizando a sua opinião. Pelo que também parte de si, não ser simplesmente um porta-voz.

Uma entrevista é feita com o objetivo claro de levar a pessoa a “*desvendar o que talvez não tivesse vontade de dizer*” (Martin-Lagardette, 1998, p.76).

O autor francês divide a entrevista em quatro categorias: informativa, retrato, de fundo e de expresso.

Uma entrevista informativa enquadra-se dentro de uma reportagem ou de um inquérito. O objetivo do jornalista é ter acesso a informação privilegiada e ser capaz de construir uma imagem dos acontecimentos que não presenciou. Martin-Lagardette (1998) relembra a importância de verificar se a informação dada é ou não fidedigna, não tomando nada como garantido.

Entrevistas de fundo ou de opinião são usadas para obter as respostas de alguém que através, da sua profissão ou experiência num determinado assunto tem um ponto de vista especificamente informativo (Martin-Lagardette, 1998).

As entrevistas de retrato têm como propósito conhecer a pessoa que está a ser entrevistada (Martin-Lagardette, 1998).

E por último, as entrevistas de expresso são muito rápidas, com perguntas bastante diretas, e reduzidas a três ou quatro- Pretende-se que as respostas também sejam breves. Não é muito usada num plano informativo, pois não aprofunda muito um assunto (Martin-Lagardette, 1998).

Sonia F. Parratt (2008) acha que para se falar de entrevista como género jornalístico é necessário existir antes uma conversa entre o jornalista e o entrevistado para que, dessa forma, quando forem publicadas, as perguntas e as respostas possam aparecer devidamente separadas e assinaladas.

A autora define a entrevista como um relato, publicado num jornal, que resulta do diálogo produzido entre duas ou mais pessoas, em que uma das quais, se assume que é o entrevistador.

Rafael Yanes Mesa (2004) classifica a entrevista como uma “conversa dirigida”, cuja propósito passa por obter alguma informação sobre um facto presencial ou fazer um perfil de uma personagem importante ou obter os comentários desta pessoa sobre algo que tenha acontecido.

“*La entrevista, como género periodístico, la entendemos como ele texto resultante de esta conversación, que puede estar redactado en primeira pessoa com las palabras textuales de ambos*” (Yanes Mesa, 2004, p.77). Resta, assim, ao jornalista decidir se faz uma entrevista direta ou se utiliza as declarações para fazer um artigo, passando assim a ser uma entrevista criativa.

Yanes Mesa (2004) descreve a entrevista como um género jornalístico meramente informativo que pode de alguma forma incluir a apreciação do jornalista na forma de um comentário, nunca sobre as respostas do entrevistado, mas sim sobre o contexto da entrevista. A finalidade da entrevista é pura e simplesmente informar de forma objetiva as opiniões expressadas pelo entrevistado.

Tal como Yanes Mesa, Parratt (2008) concorda que a entrevista tem algum nível de interpretação por parte do jornalista do que os restantes géneros isto porque o seu ponto de partida não é um facto qualquer que tenha acontecido. O jornalista tem toda a liberdade para escolher quem entrevista e que perguntas vai fazer. “*De hecho, algunos piensan que la elección de las preguntas puede incluso condicionar las respuestas y el tono general de la entrevista*” (Parratt, 2008, p. 129).

O jornalista deve saber, previamente, o que deseja obter do entrevistado antes da entrevista ser realizada. Isso requer um trabalho prévio de pesquisa, sendo que as perguntas serão também baseadas neste estudo anterior à entrevista (Parratt, 2008).

As perguntas durante a entrevista devem ser o mais direta e concretas possível (Parratt, 2008). O jornalista tem de ser capaz de criar um bom ambiente, isto para poder obter o maior número de informação possível do convidado (Parratt, 2008).

O jornalista também tem de ter a capacidade de ver, ouvir, improvisar e perceber tudo aquilo que não é expresso através de palavras, ou seja, os movimentos, os gestos o tom. Isto é chamado de informação subliminar (Parratt, 2008).

Por último, o objetivo é fazer com que o leitor sinta que esteve a assistir e que faz parte da conversa (Parratt, 2008).

Jean Luc Martin-Lagardette (1998) defende que a escolha do tema para uma entrevista se faz como para uma reportagem. “*O interesse é comandado pela atualidade, a pessoa, a originalidade do ângulo, da investigação, etc*” (Martin-Lagardette, 1998, p.76). Assim sendo, é necessário fazer um trabalho de pesquisa anterior sobre a pessoa que se vai entrevistar. “*Conheça os seus títulos, as suas funções exatas (...). Tenha os principais elementos da sua biografia: os seus estudos, o seu percurso profissional ou outro, os seus escritos, as suas amizades*” (Martin-Lagardette, 1998, p.77).

Rafael Yanes Mesa (2004) argumenta que o género jornalístico tem apenas quatro grandes características que o distinguem dos demais: a entrevista é um género autónomo dentro do jornalismo informativo; o texto que se encontra numa entrevista é a reflexão de uma conversa baseada em perguntas e respostas para conhecer as opiniões de uma pessoa; a entrevista é o género que consegue reproduzir as palavras do jornalista e do entrevistado na primeira pessoa ou simplesmente integrar algumas das respostas entre aspas dentro de outro género; a finalidade centra-se em obter informação acerca de um facto e conhecer as opiniões do entrevistado.

O autor conclui então que a entrevista é “*um género do jornalismo informativo que reflete as respostas de um personagem, cujas opiniões, devido a sua relevância social, ou ao cargo que ocupa, ou a sua implicação em factos da atualidade informativa são de interesse geral*” (Yanes Mesa, 2004, p.81) (traduzido livremente).

4.3.1.4 Breve

Jean-Luc Martin-Lagardette (1998) classifica a breve como “*a informação bruta, seca, dada com um mínimo de palavras. Limita-se a relatar os factos, sem nenhum comentário*” (Martin-Lagardette, 1998, p.58).

O autor declara que responde às perguntas básicas: Quem? O quê? Onde? Quando? (eventualmente pode também responder ao como e ao porquê). Não costuma ter título.

Normalmente, é antecipada por um sinal indicativo, seja redondo, triangular, um losango, um quadrado ou um travessão (Martin-Lagardette, 1998). “*As primeiras palavras são sublinhadas, em negro, em itálico ou em maiúsculas. Se possível, serão significativas*” (Martin-Lagardette, 1998).

Têm entre cinco e dez linhas, não passando de um único parágrafo, sendo muitas vezes elencadas numa coluna, principalmente se conterem “*informações da mesma natureza*”.

4.3.2 Artigos de opinião

Comentar é uma atividade complementar ao jornalismo. Os textos de opinião publicados na imprensa contêm opiniões sobre a atualidade e sobre os factos dos quais tivemos conhecimento por causa do resto do jornal (Parratt, 2008).

Sonia F. Parratt (2008) conclui que uma característica comum a todos os jornais é o facto de todos terem uma secção dedicada a artigos de opinião. Se, por alguma razão, um texto de opinião for publicado nas páginas dedicadas à informação, é necessário que exista algo que o distinga, para que o leitor saiba que se trata de um texto com uma finalidade diferente dos restantes encontrados nessa secção (Parratt, 2008).

“Y si en algo coinciden todos los textos opinativos es que sus autores, para llevar al lector un paso más allá de la información, hacerle reflexionar y lograr convencerle de algo, tienen el deber de basar sus opiniones en datos correctos y exentos de manipilación”. (Parratt, 2008, p.140)

Rafael Yanes Mesa (2004) esclarece que os artigos de opinião se encontram intimamente ligados à notícia que os originam. *“Leídos fuera de su tiempo son muchas veces ininteligibles”* (Yanes Mesa, 2004, p.114). O autor refere que esta intangibilidade não deve ser olhada como um defeito, mas sim como uma característica positiva que faz dos artigos de opinião géneros jornalísticos com uma personalidade própria.

Yanes Mesa (2004) menciona o facto de, na maioria das vezes, os artigos de opinião serem da autoria de pessoas importantes e cuja opinião pública importa, embora a sua profissão não seja o jornalismo.

Existe uma grande liberdade de expressão e escrita nos artigos de opinião: os autores são os próprios a decidir o estilo editorial do seu trabalho. São textos que valorizam a atualidade e que tem uma grande repercussão nos leitores (Yanes Mesa, 2004). O objetivo é persuadir o leitor. *“Persuadir es algo más que convencer, pues la convicción es sólo un primer paso hacia la verdadera persuasión, aunque el razonamiento debe estar fundamentado”* (Yanes Mesa, 2004, p.118).

O antigo professor universitário classifica os artigos de opinião como os textos jornalísticos que refletem a interpretação que o seu autor faz sobre assuntos da atualidade informativa.

Rafael Yanes Mesa (2004) menciona que existem quatro tipo de artigos de opinião que são publicados no jornal. Os artigos assinados periodicamente pelo mesmo autor e com a mesma localização. Os artigos publicados em nome da empresa proprietária do meio e quenormalmente

tratam assuntos de relevantes. Os artigos assinados por um escritor de forma ocasional e sem periodicidade ou localização fixas. E, por último, um artigo que se escreve quando uma personalidade morre. O autor classifica estes artigos como colunas, editoriais, comentários e obituários.

Pela relevância que assume neste trabalho proceder-se-á seguidamente a uma definição de coluna, editorial, comentário e crónica.

4.3.2.1 Coluna

Sonia F. Parratt (2008) identifica a coluna como um texto periódico de autor e lugar fixo no jornal. Para a professora de jornalismo da Universidade Complutense de Madrid trata-se de um colaborador que opina sobre assuntos da atualidade, marcando-os com características pessoais. Normalmente, estes têm o formato de uma coluna e tratam de temas num tom mais ligeiro, literário, irónico e informal que os artigos assinados. *“Y su autor es alguien conicido de quien a menudo interesa más la persona que su opinión”* (Parratt, 2008, p.152).

Rafael Yanes Mesa (2004) argumenta que as colunas muitas vezes resultam de textos de carácter mais literário do que jornalístico, o autor considera mesmo que se encontram no limiar entre os textos de opinião e a criação literária.

O colunista emite um juízo de valor quando escreve a coluna, emite um pensamento, uma opinião. Yanes Mesa (2004) declara que isto não significa que a coluna não seja informativa, contudo o seu objetivo final não é informar. A sua missão é sim, mostrar a visão pessoal sobre um acontecimento.

As colunas têm sempre uma localização e uma periodicidade fixa no jornal. Tal com Sonia F. Parrat, Yanes Mesa (2004) considera que o colunista pode escrever de forma menos séria, podendo ser mais poético, filósofo, irónico e humorista. O autor conclui assim que a coluna é um tipo de artigo onde *“su autor dispone de total libertad para emitir sus juicios sobre los asuntos que considere oportunos, y lo hace en um periódico donde cuenta com una ubicación, una extensión y una periodicidad fijas”* (Yanes Mesa, 2004, p.129).

4.3.4.2 Editorial

Jean-Luc Martin-Lagardette (1998) considera o editorial como um artigo que *“toma posição sobre um facto da atualidade e compromete a responsabilidade moral do jornal”* (Martin-Lagardette, 1998, p.63). O autor francês vê o editorial como uma tomada de posição

conjunta de toda a equipa do jornal. Sendo por isso que também o classifica como o “*artigo de opinião de excelência*”.

Segundo Martin-Lagardette (1998) o editorial tem o papel de defender uma ideia e de despertar a consciência do público para uma determinada situação. O escritor tem sempre mais liberdade de expressão do que em qualquer outro género jornalístico. “*O estilo será, acima de tudo, vigoroso, incisivo, no limite da linguagem falada, do discurso do tribuno. (...) O título deve ser particularmente forte e significativo. Uma palavra pode ser suficiente, se resumir perfeitamente a ideia principal do texto*” (Martin-Lagardette, 1998, p.64).

Sonia F. Parratt (2008) declara que o editorial tem como objetivo interpretar ou comentar as notícias, mas sem prescindir dos elementos informativos que dão origem ao artigo de opinião.

Os editoriais, por norma, não são assinados. Não é o autor que se encontra a expressar a sua opinião, a afirmar ou a negar alguma coisa ou a acusar a exaltar, é sim a opinião de um conjunto de pessoas que formam o jornal, ou seja, é a opinião do meio de informação (Parratt, 2008). “*Quien lo escribe pierde en personalidad al someter su criterio personal al de la empresa, pero gana en autoridad por la influencia que tiene en la sociedad la opinión del periódico como institución*” (Parratt, 2008, p.142).

Para a autora espanhola, o propósito do editorial deve ser bem definido e evidente. Pedese a quem escrever uma narração ordenada, uma exposição lógica, muita informação, muita memória, muita dialética e pouca emoção agressiva (Parratt, 2008).

Por último, Parratt (2008) caracteriza o editorial por refletir a postura do jornal, em relação a algo. Sendo que geralmente é escrito pelo diretor ou por outra pessoa com uma posição elevada ou de responsabilidade, contudo não se assina, a sua autoria é o jornal enquanto empresa e instituição. Dessa forma, no seu livro *Géneros periodísticos en presa*”, Sonia F. Parratt (2008) considera que no editorial predomina um tipo de linguagem simples sendo que o seu conteúdo, normalmente, se refere a um acontecimento recente. “*El resto depende principalmente de la naturaleza de la publicación a la que pertenece y ele tipo de lectores al que se pretende llegar*” (Parratt, 2008, p.146).

Rafael Yanes Mesa (2004) encara o editorial como um dos artigos de opinião mais importantes. É o texto de opinião em que o meio informativo expressa de forma solene a sua visão particular em relação a um facto recente.

O autor espanhol defende que o editorial apoia posições ideológicas fixas pontuais sobre assuntos da atualidade, enquanto a coluna oferece opiniões em que se faz uma previsão futuras das consequências e uma análise dos seus antecedentes.

Yanes Mesa (2004) considera as características ideais para um escritor de um editorial são: apresentar os factos de forma honrada e sem omissões, tirar conclusões objetivas dos factos expostos, nunca ser motivado por um interesse pessoal, reconhecer que não é infalível e que pode receber críticas em relação às suas declarações, rever e corrigir as suas próprias conclusões se estas se mostrarem incorretas, nunca escrever nada contrário às suas convicções e por último, apoiar os seus colegas quando estes definem as normas mais altas da integridade profissional.

“El editorial es una modalidad de artículo por medio del que se manifiesta públicamente la empresa propietaria de un periódico sobre asuntos de trascendencia social o política” (Yanes Mesa, 2004, p.136).

4.3.4.3 Comentário

Jean-Luc Martin-Lagardette (1998) descreve o comentário como um género de opinião que acompanha sempre uma notícia, uma reportagem ou um inquérito. *“Tal como os outros artigos de opinião, será, de preferência, curto e sintético. Dá uma interpretação, uma análise da informação que acompanha. Deve ser pleno de bom senso e muito claro”* (Martin-Lagardette, 1998, p.63).

Rafael Yanes Mesa (2004) declara que sem uma notícia, o comentário não existe, pois trata-se de uma interpretação pessoal sobre um acontecimento recente. O comentário nasce a partir de factos noticiosos. O escritor procura ver o que está por trás da informação e da notícia. *“Más que tratar de un suceso, se estudian las causas y consecuencias, su situación y su contexto”* (Yanes Mesa, 2004, p.140).

Yanes Mesa (2004) classifica assim o comentário como um tipo de género jornalístico cujo autor, não é um jornalista integrante da equipa laboral do órgão de comunicação, escreve de forma esporádica e com liberdade expressiva absoluta um texto sem data ou extensão fixas.

4.3.2.4 Crónica

João Carvalheiro (2020) refere que a crónica, enquanto género jornalística utilizado na imprensa, nasceu e transformou-se durante o século XIX. Sendo um “misto” de comentário, relato e análise. *“Da ironia à polémica, o tom é variado e também varia a conceção do que é a crónica”* (Carvalheiro, 2020, p.6).

O diretor do mestrado em Jornalismo na Universidade da Beira Interior fala que a crónica nos dias de hoje, através da sua liberdade e diversidade de registos, *“pode ser vista como um género herdeiro dessa época, em que a figura do jornalista se confundia com a de comentador*

crítico e intelectual público” (Carvalho, 2020, p.6). Contudo, Carvalho (2020) menciona ainda que ao mesmo tempo, o género afirmou-se e persistiu. O trabalho jornalístico tornou-se uma profissão e foi se especializando. Começaram-se a industrializar os processos e a comercializar em grande escala (Carvalho, 2020).

A crónica é um género aberto “à *poeticidade, à referencialidade ou mesmo à expressão dos sentimentos do seu autor sobre os factos do quotidiano*” (Michelline, 2005, p.107), por essa razão é difícil defini-la.

Èrica Michelline (2005) admite que um dos critérios de classificação da crónica é a autoria. A autora brasileira explica isto como uma “*colaboração onde o cronista não está diretamente ligação à função de opinante dos acontecimentos*” (Michelline, 2005, p.108), não obstante tem um papel ajustável, pois trabalha com alguma liberdade de expressão e criação. O cronista é visto assim pelo leitor como “*uma pessoa que demonstra os seus medos, questionamentos, certezas, conjecturas e devaneios*” (Michelline, 2005, p.108).

A narrativa da crónica nasce como uma forma de conciliar a “*tradição subjetiva-literária com a crença não interventiva do profissional do jornalismo*” (Carvalho, 2020, p.10).

Èrica Michelline (2005) também concorda com esta afirmação. Sendo que para si a crónica se encontra num terreno intermédio, “*híbrido, transitório entre a literatura e o jornalismo*” (Michelline, 2005, p.113).

João Carvalho (2020) acredita que a crónica é o produto final da forma como o jornalismo é olhado pela sociedade nos tempos modernos. O autor do artigo: *A crónica como género jornalístico e o emergir do subgénero “do quotidiano”*, refere que a crónica surge quando o género é dado a escrever a “*qualquer membro da redação*”, deixando de ser apenas escritos por pessoas externas ao campo do jornalismo.

Em relação à temporalidade, a crónica nem sempre está conectada a acontecimentos recentes. Muitas vezes, são utilizados factos jornalísticos já antigos, uma vez que a finalidade da crónica não é “*dar aos temas utilizados pela imprensa a mesma abordagem dos jornalistas*” (Michelline, 2005, p.108). Em vez disso, a crónica procura falar sobre factos “*sem grandes preocupações referenciais, atendo-se às significações interiores que eles podem causar nos indivíduos*” (Michelline, 2005, p.108).

As preocupações do cronista vão para além dos acontecimentos jornalísticos e do “*universo das notícias*” estão relacionadas com “*diversas questões, seja, elas metafísicas, filosóficas, existencialistas, entre tantas outras*” (Michelline, 2005, p.108).

Èrica Michelline (2005) conclui, assim, que a crónica não precisa de estar ligada a “*fatores sócio económicos ou artísticos*”, sendo que a mesma também não liga às regras que

limitam a semântica e a linguística, típicas dos outros géneros, pois a crónica não procura a objetividade jornalística. Os critérios usados para definir os outros géneros de opinião não são capazes de “*moldar a crónica e nem de torná-la dependente de preceitos que regem as informações jornalísticas nos diversos espaços dos periódicos*” (Michelline, 2005, p.108).

4.4 Tipo de fontes

As fontes são um fator determinante na produção noticiosa. Sem fontes não há notícias. Os jornalistas recorrem às fontes de acordo com a sua urgência produtiva e com a posição das mesmas na sociedade.

Nesta linha de pensamento é importante, classificar as fontes. Aldo Schmitz (2011) com base em diversos autores (Bucci, 2000; Chaparro, 2009; Charaudeau, 2009; Cornu, 1999; Gans, 1980; Lage, 2001; McNair, 1998; Pinto, 2000; Santos, 1997; Sponholz, 2008 e outros) faz, exatamente, isso no seu artigo *Classificação das fontes de notícias*.

O autor categoriza as fontes tendo por base cinco critérios: categoria, grupo, ação, crédito e qualificação. Sendo que cada um destes critérios se subdividem em diversas opções.

4.4.1 Categoria das fontes

A categoria, segundo Aldo Schmitz (2011), corresponde ao grau de envolvimento das fontes nos factos e dessa forma, podem ser divididas de duas formas: fonte primária e fonte secundária.

A fonte primária é aquela que oferece diretamente a informação, os factos, a matéria da notícia, porque, normalmente, está na origem ou perto da informação. Muitas vezes, está mesmo envolvida nos acontecimentos como participante ou observadora. Os dados fornecidos por esta fonte devem ser comparados com as declarações de fontes secundárias (Schmitz, 2011).

A fonte secundária ao contrário da primária esta envolvida no acontecimento de forma indireta e é aquela que comenta, contextualiza, analisa, interpreta ou complementa a informação dada pela fonte primária (Schmitz, 2011).

4.4.2 Grupo das fontes

Schmitz (2011) explica que “*toda a informação tem uma origem ou contextualização*” (Schmitz, 2011, p. 9). Dessa forma, a representação de uma instituição, de uma pessoa ou de um grupo social pode ser mediado por uma assessoria de imprensa ou por um porta-voz. O autor

divide as fontes em sete grupos diferentes: oficial, empresarial, institucional, individual, testemunhal, especializada e referencial.

O grupo das fontes oficiais é o preferido dos *media*, pois trata-se de alguém em função ou num cargo público que representa órgãos mantidos pelo Estado, bem como organizações associadas (Schmitz, 2011).

Uma fonte que pertença ao grupo empresarial trata-se de alguém que “*representa uma corporação empresarial da indústria, comércio, serviços ou do agronegócio*” (Schmitz, 2011, p. 10) devido à sua posição empresarial muitas vezes as suas notícias são confundidas com publicidade (Schmitz, 2011).

As fontes institucionais costumam procurar os meios de comunicação no sentido de os mesmos intervirem numa causa política ou social e não com o objetivo de sensibilizar e mobilizar o poder público e a sociedade como um grupo unido. Normalmente, representam grupos sociais ou organizações sem fins lucrativos (Schmitz, 2011).

Um profissional liberal, uma personalidade artística, cultural, política ou até mesmo um cidadão comum, desde que não represente nenhuma organização ou um grupo social, é considerado uma fonte individual, ou seja, alguém que se representa a si próprio (Schmitz, 2011).

Uma fonte testemunhal opera como prova para os meios de comunicação, pois reproduz aquilo que ouviu ou viu, sendo participante ou apenas observador (Schmitz, 2011).

Alguém que tenha conhecimentos específicos sobre uma determinada área (intelectual, especialista, perito) ou uma organização titular de um conhecimento reconhecido é considerada uma fonte especializada. As fontes especializadas, habitualmente, estão relacionadas com profissões ou áreas específicas de ação e tem a aptidão de analisar as consequências prováveis de eventos ou acontecimentos definidos (Schmitz, 2011).

Por último, Schmitz (2011) considera as fontes de referência, que se referem à bibliografia, documentação ou meios de comunicação que o jornalista utiliza. Representa “*um referencial que fundamenta os conteúdos jornalísticos e recheia a narrativa*” (Schmitz, 2011, p.12).

4.4.3 Ação das fontes

Na perspetiva de Aldo Schmitz (2011), a atitude das fontes, ou seja, o que as move a defender ou a opor-se a algo, perante os jornalistas é o seu grau de envolvimento nos assuntos e o interesse no valor da informação. “*Assim, as fontes agem conforme a sua conveniência,*

embora atuem aparentemente na perspectiva de colaborar com o jornalista” (Schmitz, 2011, pp.12 e 13). As ações podem ser proativas, ativas, passivas e reativas.

Schmitz (2011) defende que, quando existe um elevado nível de profissionalização por parte de uma fonte, ela será organizada e aprimora as suas ações estratégicas, sendo proativa com os meios de comunicação. Ou seja, produz e oferece notícias já feitas, antecipadamente para agilizar e facilitar o trabalho dos jornalistas. Estas fontes encontram-se sempre dispostas a falar com os jornalistas.

As fontes ativas são interessadas e criam canais e rotinas comunicativas como, por exemplo, entrevistas exclusivas e material de apoio para produzir notícias. Dessa forma ajudam a acelerar o trabalho dos jornalistas (Schmitz, 2011), não deixando também de o condicionar.

Referências bibliográficas, documentos e órgãos de comunicação social estão sempre disponíveis para os jornalistas e dessa forma não alteram a sua condição e têm uma ação passiva (Schmitz, 2011).

Finalmente, o diretor e professor do Instituto Superior de Comunicação no Brasil, fala das organizações e das pessoas que agem de forma discreta, no sentido de não atrair a atenção dos *media*, o chamado *low profile*. Evitam a todo o custo que a sua privacidade seja “invadida”, mesmo que possuam “*informações relevantes e de interesse público*” (Schmitz, 2011, p.15). Aldo Schmitz (2011) classifica a ação destas fontes como uma ação reativa, mas faz notar no seu artigo: *Classificação das fontes de notícias*, que estas podem mudar de posição.

4.4.4 Crédito das fontes

Credibilizar as fontes que fornecem as informações é um dos princípios básicos do jornalismo. Dessa forma, existem duas formas de citar uma fonte, segundo o autor: através da sua identificação ou de forma sigilosa.

Uma fonte sendo identificada de forma correta deve conter o nome, (preferencialmente completo ou como a pessoa é conhecida pelos pares) qual a sua posição na sociedade, qual a sua profissão, quem representa, qual a sua função e condição (Schmitz, 2011).

Uma fonte sendo sigilosa, estabelece uma relação de confiança com o jornalista “*que pode incluir o compromisso do silêncio quanto à origem da informação*” (Schmitz, 2011, p.16).

4.4.5 Qualificação das fontes

Aldo Schmitz (2011) considera que as fontes apresentam diferentes qualificações dependendo da sua proximidade, relação com o meio de comunicação ou credibilidade. Assim sendo, uma fonte pode ser confiável, fidedigna ou duvidosa.

Segundo o autor, uma fonte confiável conserva uma relação próxima com o jornalista, normalmente por causa de interesses em comum. “*Os jornalistas selecionam as suas fontes pela conveniência e confiabilidade, aquelas que mantêm uma relação estável, são acessíveis e articuladas, disponibilizam declarações ou dados de forma eficaz*” (Schmitz, 2011, p.18). A informação é autêntica e certa.

As fontes fidedignas, embora não mantenham relações próximas com os jornalistas, são avaliadas por causa da sua posição de poder no meio onde está inserida. Nesta avaliação entram critérios como a respeitabilidade, a credibilidade, a posição social, a notoriedade, a proximidade ao acontecimento ou a inserção (Schmitz, 2011).

As fontes duvidosas são aquelas que suscitam reservas e suspeitas ao jornalista quanto à veracidade das suas informações. Neste contexto, segundo Schmitz (2011), a verdade que contam não tem a mesma força, do que se fosse partilhado por outra fonte, porém, a posição que mantém na sociedade confere-lhes crédito e, até ser provado o contrário, a sua informação é vista como verdadeira.

De realçar, que esta categoria acabou por não entrar na análise final do estudo de caso, pela dificuldade em definir o que é ou não uma fonte confiável. Sendo que para uns, alguém que é confiável, pode não o ser para outros. Não estando na pele do jornalista, não é possível afirmar com certeza, que fontes são confiáveis e que fontes são fidedignas.

4.5 Tema

Nesta categoria foi analisado o “tema” a que cada artigo pertence. Foram considerados como temas os seguintes: saúde, sociedade, desporto, política, opinião, cultura, educação, ciência e economia.

Esta categoria entra nesta pesquisa, pois consideramos importante escrutinar quais os tópicos onde a Covid-19 foi, no período de tempo escolhido, mais abordada pelos meios de comunicação.

4.6 Artigos assinados ou não assinados

O jornalista quando assina um artigo demonstra empenho e trabalho mais profundo da sua parte. Artigos baseados em notas de imprensa, na sua maioria, não são assinados.

Uma assinatura implica algum tipo de investigação e pesquisa na redação do artigo, implica alguma ida ao terreno, implica que tenha sido feita uma ou várias entrevistas. A assinatura trata-se do cunho pessoal do jornalista, ali está o seu nome e o fruto do seu trabalho.

Por essa razão, este é um dos pontos de análise deste estudo de caso.

4.7 Assunto principal Covid-19 ou não Covid-19

Muitos foram os artigos analisados, neste estudo de caso, sobre a Covid-19. Contudo, nem todos eles tinham como assunto de destaque a doença provocada pelo novo Coronavírus.

Dessa forma, achei prudente ter uma categoria de análise que permitisse mostrar quais os artigos completamente focalizados na Covid-19 e quais mesmo não se focando na doença ainda se encontravam relacionados com ela.

Isso possibilita saber quantos seriam os artigos analisados em ambos os jornais, se apenas fossem considerados aqueles que tinham como assunto principal a Covid-19.

4.8 Primeira Página

A primeira página de um jornal é o seu rosto, é a primeira coisa que o público vê. A capa é o primeiro contacto entre o órgão e os seus leitores, pode captar a atenção ou afastá-los. O público através da primeira página formula opiniões. A capa pode ser o fator decisivo que leva alguém a comprar o jornal.

Encontramos na primeira página os assuntos que os editores do jornal consideram que deve ser mais destacado, de maior interesse para o leitor, espelhando, dessa forma a representação que o órgão de comunicação faz do mundo à sua volta e do seu papel para com o seu público.

Capítulo 5: Estudo de Caso – apresentação e discussão de resultados

Neste capítulo iremos apresentar o nosso estudo empírico, que partiu da hipótese: *Será o jornalismo praticado no Diário de Coimbra de maior proximidade que o praticado no Público?*

Para testar esta hipótese recorreremos à análise de duas semanas de ambos os jornais mencionados, sendo que nos centramos na escolha aleatória do período de 20 de outubro a 2 de novembro de 2020, coincidente com a realização do estágio. Destaca-se o facto de que a análise conta com menos uma edição do *Diário de Coimbra*, resultante da dificuldade de conseguirmos aceder a ele, não obstante os esforços realizados nesse sentido.

Considerando, o elevado número de artigos e de dados concentrados nos jornais, optamos por analisar um tema transversal a ambos os meios, tendo sido escolhido a Covid-19, devido à transversalidade do tema ao nível da informação nacional e regional.

Posto isto, o capítulo divide-se em duas partes. Na primeira parte encontramos a apresentação dos resultados e, na segunda, a sua discussão.

5.1 Análise dos dados

Número de artigos e localidades

Começamos por analisar o número total de artigos e verificamos que apesar do *Diário de Coimbra* ser um jornal regional e, conseqüentemente, ter menos jornalistas apresenta um maior número de artigos relacionados com a Covid-19 que o *Público*, havendo uma diferença de 173 artigos.

Como se pode verificar na *Tabela 1*, também o número de artigos sobre o Covid-19 é maior no *Diário de Coimbra*, contudo a diferença durante o período analisado não é considerada significativa: 38 artigos.

Como expectável, devido ao âmbito das duas publicações, o *Público* dá uma maior relevância a notícias focalizadas em Portugal, sendo as da secção Mundo as que obtêm segundo maior destaque. Do total das peças analisadas neste jornal, 5 artigos foram classificados na categoria “Coimbra” e um “Região das Beiras”. Falamos de valores pouco significativos e, no caso de Coimbra, ela não é sequer o assunto central do artigo, sendo mencionada em conjunto com outras localidades.

O mesmo já não acontece com o *Diário de Coimbra* que dá um maior destaque, à cidade de Coimbra. No entanto, não deixa de ser surpreendente que nesta análise, existam mais artigos dedicados a Portugal do que à Região das Beiras. Contudo, ao contrário do que se poderá

depreender do que se disse, isto não significa de todo que o *Diário de Coimbra* enfatiza mais o cenário nacional que o regional. Esta situação é bem patente no facto de os textos dedicados aos assuntos da Região das Beiras serem de uma dimensão maior do que as notícias que surgem na secção Portugal.

Embora, de facto, no *corpus* analisado sobre os dois as duas categorias – Covid-19 Portugal/Covid-19 R. Beiras – exista uma diferença de 12 artigos (*Tabela 1*) dedicados à doença do novo Coronavírus, a maioria daqueles que o Diário de Coimbra dedica ao país são baseados em informações recolhidas através de outros meios, como por exemplo, boletins da Direcção-Geral de Saúde. Já os artigos catalogados como pertencentes à Região das Beiras, apesar de alguns também utilizarem informação proveniente de notas de imprensa, são, na sua maioria, trabalhos que levam os jornalistas ao terreno e a entrevistar alguém.

	Total	Covid-19	Covid-19 Mundo	Covid-19 Portugal	Covid-19 Coimbra	Covid-19 R. Beiras
Diário Coimbra	754	178	8	56	70	44
Público	581	140	37	97	5	1

Tabela 1 - Número de artigos e localidades nos dois jornais

Dimensão dos artigos

Ao analisar a dimensão que os artigos ocupam nos jornais conseguimos perceber que apesar do *Diário de Coimbra* ter um maior número de artigos, a sua dimensão é muito inferior comparada com a do *Público*.

Em termos de área total, os 178 artigos dedicados ao tema Covid-19 do *Diário de Coimbra*, preenchem, sensivelmente, 39 506,32 cm² do jornal, isto corresponde a 53% (20817,39 cm²) para artigos em Coimbra, 24% (9682,14 cm²) para artigos em Portugal, 22% (8512,01 cm²) para artigos na Região das Beiras e 1% (494,78 cm²) para artigos no Mundo.

Destaca-se o facto de o jornal editado em Coimbra também ter menos páginas que o jornal nacional. O *Diário de Coimbra* tem em média 30 páginas, sendo que os dias analisados, o

maior número de páginas encontradas foi 36 e o menor 28 – este número de páginas é também a moda, ou seja, o mais encontrado. O *Público*, por sua vez, tem em média 42 páginas, do período de duas semanas de análise, o maior número de páginas encontradas foram 56 e o menor 32, já a moda situa-se nas 40 páginas.

Já os 140 artigos Covid-19 do *Público* ocupam uma área total de cerca de 73135,59 cm² do jornal, mais 33626,27 cm² do que a área total dos artigos no *Diário de Coimbra*.

Os artigos sobre o nosso país abrangem mais de metade do jornal com 66% (48222,84 cm²) do espaço, o que corresponde a mais do que a totalidade da área dos artigos do *Diário de Coimbra*.

Os artigos sobre o Mundo são a segunda maior área no jornal *Público*, ocupando 26% (19072,63 cm²) do espaço analisado. Olhando para o *Gráfico 1*, percebemos a pouca expressão que os temas sobre o Mundo têm no *Diário de Coimbra*.

Os artigos que mencionam Coimbra equivalem a 8% dos espaços (5546,57 cm²) do ocupado pelo *Público*. E os relacionados com a Região das Beiras, não utilizam nem 1% de espaço (293,55 cm² – equivalente a 0,40%, o que corresponde a 0% do jornal nacional).

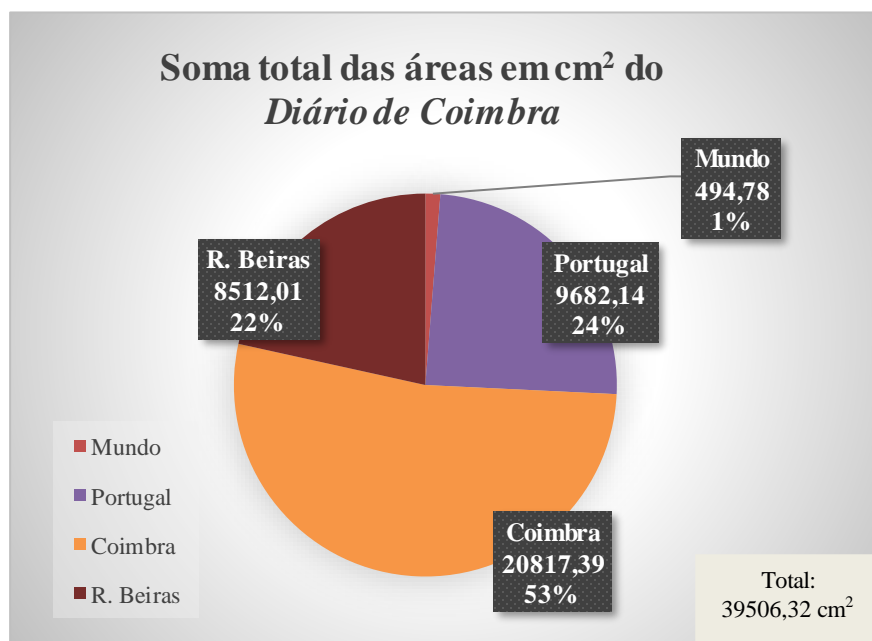


Gráfico 1 – Dimensão dos artigos (Diário de Coimbra)

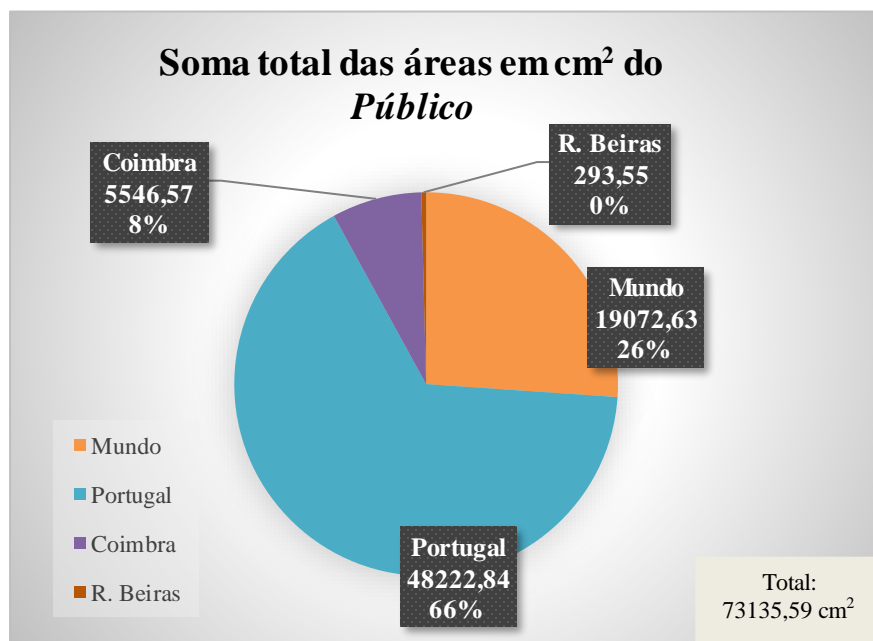


Gráfico 2 - Dimensão dos artigos (Público)

Géneros jornalísticos

O género jornalístico predominante em ambos os jornais (*Gráfico 3*) é a notícia: 133 notícias no *Diário de Coimbra* e 64 no *Público*. No *Diário de Coimbra*, o género que ocupa o segundo lugar é a breve (22), seguindo-se a reportagem (16), a coluna (3), o comentário (2), o editorial (1) e a entrevista (1). No *Público*, o género com mais expressão a seguir à notícia é a reportagem (40), prosseguindo-se a coluna (10), o comentário (8), a breve (7), o editorial (5), a entrevista (4) e a crónica (2).

O *Diário de Coimbra* é 75% composto, única e exclusivamente, por notícias, o segundo género jornalístico que leva menos tempo ao redator – sendo a breve o primeiro. Tratando-se o *Diário de Coimbra* de um jornal regional diário, com poucos jornalistas e horários limitados a cumprir, esta é a realidade expectável.

Dessa forma, o jornal regional tem mais artigos, mas são artigos mais compactados para que os jornalistas disponíveis sejam capazes de fazer um jornal diário aparecer nas bancas todos os dias de manhã.

O número de breves é maior neste jornal, pelas mesmas razões. A mesma lógica aplica-se também ao número de entrevistas, mas aqui com efeitos contrários: o número é menor porque as entrevistas envolvem mais tempo e mais trabalho.

Apesar do género jornalístico que mais se encontra no *Público* ser a notícia, a sua composição é mais variada do que o *Diário de Coimbra*. No caso do *Público* a notícia não ocupa nem metade do jornal (46%).

No *Público* encontramos mais do que um artigo trabalhado em profundidade em cada edição. Tendo mais jornalistas, é possível priorizar os trabalhos de campo e de investigação. O maior número de recursos humanos também permite fazer trabalhos que ficam em arquivo para serem usados quando necessário.

Por esse motivo, ainda que o *Público* tenha menos artigos (140) do que o *Diário de Coimbra*, a dimensão dos mesmos é maior (73135,59 cm²), porque trabalhos de maior profundidade e destaque são feitos pelo jornal.

Como se pode observar no *Gráfico 3*, os artigos de opinião no *Diário de Coimbra* não têm, propriamente, expressão, ficando-se por seis artigos. Já no *Público* encontramos 25 artigos de opinião.

O *Público* tem uma secção no jornal chamada *Espaço Público*, lugar onde se encontram este tipo de artigos. Todos os dias da semana, este segmento do jornal tem quatro páginas dedicadas aos artigos de opinião. Isso não acontece no *Diário de Coimbra*, que durante a semana e o domingo tem apenas uma página dedicada a artigos de opinião e ao sábado duas páginas.

Em termos percentuais, tendo sido consideradas o número de páginas mais utilizadas em ambos os jornais (28 para o *Diário de Coimbra*, 40 para o *Público*), isto significa que durante a semana e o domingo, os artigos de opinião ocupam, aproximadamente, 4% do jornal editado em Coimbra. No sábado estes ocuparam uma percentagem de 7%. Já no *Público* ocupação percentagem do espaço ocupado pelos artigos de opinião é de cerca de 10%.

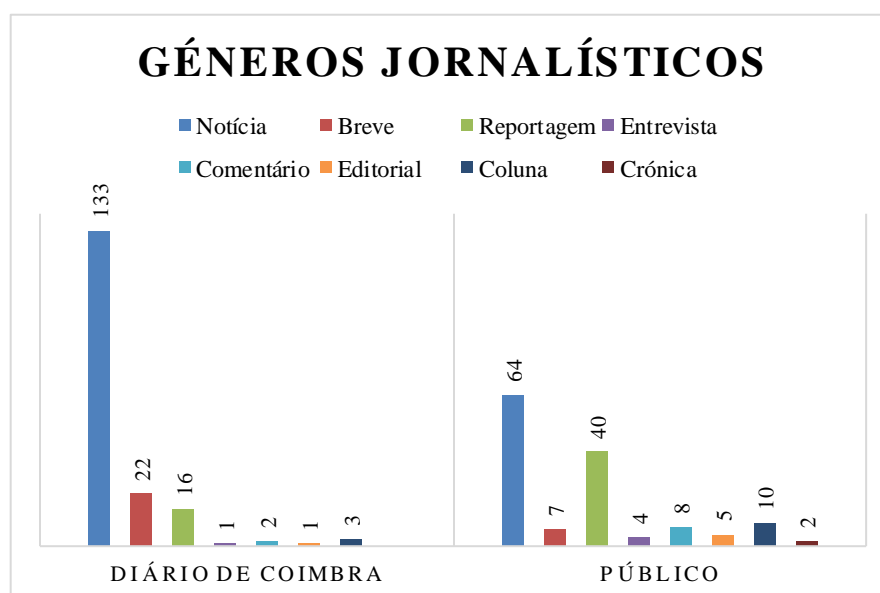


Gráfico 3 - Géneros Jornalísticos nos dois jornais

Artigos assinados ou não assinados

Como se pode verificar através da *Tabela 2*, do total dos 178 artigos que analisamos, o *Diário de Coimbra* tem apenas 68 assinados e 110 não assinados.

Muitos dos artigos encontrados no jornal são baseados em notas de imprensa, não sendo informação investigada ou conseguida em primeira mão pelo jornalista. Apesar de o jornalista ter trabalho a reformular de forma original estes textos, evitando a cópia e o plágio, esse trabalho não é considerado suficiente para ser assinado pelo autor.

Os artigos assinados no *Diário de Coimbra*, com o nome do jornalista ou apenas as suas iniciais no fim, envolvem outro tipo de proatividade por parte do redator, seja uma ida ao terreno para observar um acontecimento ou entrevistar uma pessoa, acompanhar uma conferência de imprensa, fazer uma entrevista telefónica, ou mesmo realizar uma análise de dados para criar algo novo.

O *Público* demonstra uma realidade oposta ao *Diário de Coimbra*. Dos 140 artigos analisados, 130 foram assinados, 10 não o foram. Poucos são os trabalhos no *Público* que não levam o cunho pessoal de cada jornalista que o escreve, sendo que alguns trabalhos chegam mesmo a ser escritos por vários jornalistas, tendo em conta o tamanho (*Gráfico 2*) e trabalho de pesquisa e envolvimento de equipa que implicam.

Independentemente, de serem notícias ou outro tipo de género jornalístico (*Gráfico 3*), de maior dimensão, como uma reportagem, o *Público* não se baseia somente em notas de imprensa, procurando falar com todas as pessoas abrangidas na situação, oferecendo diversos pontos de vista nas notícias publicadas.

Nem sempre o *Diário de Coimbra* tem tempo para este tipo de comprometimento, daí o recurso às notas de imprensa e a sua publicação aproximada com o conteúdo com que vêm escritas na sua génese. Já o *Público* terá outros recursos e formas de o fazer. Isto possibilita ao jornalista mais liberdade no número de caracteres e no tamanho do seu trabalho final: quase todos os artigos do jornal são assinados, significando mais trabalho de campo, pesquisa, preparação, entrevistas, deslocações, entre outros.

De referenciar que dos 10 artigos não assinados no *Público*, sete são breves e os outros três são notícias mais pequenas do que o normal para o jornal.

	Total	Assinado	Não Assinado
Diário Coimbra	178	68	110
Público	140	130	10

Tabela 2 – Artigos assinados e não assinados

Assunto principal Covid-19 ou Não Covid-19

Através da *Tabela 3* conseguimos compreender se o assunto principal abordado em cada um dos artigos, de ambos os jornais, é a Covid-19 ou se encontra apenas relacionado com ela.

Pode parecer uma categoria pouco relevante, contudo permite-nos perceber, quantos artigos seriam incluídos neste estudo de caso, se apenas fossem considerados os artigos cuja doença do novo Coronavírus é o tema principal de abordagem.

O *Público* apresenta 130 artigos com o assunto principal focalizado na Covid-19 e 10 não focados na doença. Uma diferença pouco representativa, se esses artigos não tivessem sido ponderados.

Tratando-se de um jornal nacional, o *Público* parece apresentar os seus conteúdos com objetivos e temas muito específicos e evidenciados. Deste modo, parece que se o propósito final de um conteúdo não passar pelo assunto Covid-19, então o mais provável é ficar de fora.

Claro que nos últimos dois anos, a pandemia tornou-se num acontecimento transversal a praticamente todos os eventos quotidianos, mesmo muitos daqueles que em princípio pouco ou nada teriam a ver com o Covid-19. Muitas situações houve em que os eventos ora foram cancelados ou objeto de restrições que implicavam outro tipo de comportamentos por parte das pessoas nele envolvidas.

Se pudemos constatar isso no *Diário de Coimbra*, o nosso estudo parece demonstrar também que o mesmo terá acontecido no *Público*, tendo em conta o peso que o tema Covid teve na globalidade do noticiário. Ainda assim neste jornal, a preponderância do tema não foi tão grande como no *Diário de Coimbra*.

Contrastando com o *Público*, o *Diário de Coimbra* apresenta 157 artigos com o assunto primário Covid-19 e 21 artigos com um outro conteúdo principal, embora ligados à pandemia. Um total de 21 artigos que, se não tivessem sido contabilizados, alterariam de forma muito mais expressiva a contagem e a análise no *Diário de Coimbra*.

Assim sendo, o jornal regional, nalguns trabalhos, acaba por fazer um subtema que aborda as questões relacionadas com a Covid-19, dentro de um artigo que não se foca nesse

assunto principal. Claro, que nem todos os trabalhos são válidos para isso e é preciso haver uma seleção prévia por parte dos editores, para que o tema principal, também não seja ofuscado.

A razão pela qual fazem isso e juntam ao tema principal um subtema Covid-19, é uma espécie de “complemento” de informação para o leitor. Trata-se de peças que lidas em separado do artigo principal não têm muito sentido, mas como anexo dele completa o trabalho.

	Total	Covid-19	Não Covid-19
Diário Coimbra	178	157	21
Público	140	130	10

Tabela 3 – Assunto principal Covid-19 ou Não Covid-19

Temas

A secção preponderante, em ambos os jornais, com mais notícias é a Sociedade (*Gráficos 4 e 5*), havendo 76 artigos no *Diário de Coimbra* e 40 no *Público*. Também nos dois jornais, em segundo lugar, encontram-se os artigos relacionados com Saúde (48 artigos no *Diário de Coimbra* e 26 no *Público*).

No *Diário de Coimbra*, o tema que ocupa o terceiro lugar é o Desporto (17), seguindo-se a Política (12), a Educação (8), os Artigos de Opinião (6), a Cultura (5), a Ciência (4) e a Economia (2).

No *Público*, em terceiro lugar aparecem os Artigos de Opinião (25), seguindo-se a Política (20), o Desporto (11), a Cultura (6) e, com o mesmo número de artigos (4), a Educação, a Ciência e a Economia.

Numa primeira abordagem, pode parecer surpreendente que o tema mais abordado tanto no *Público* como no *Diário de Coimbra* não passa pela Saúde, mas sim pela Sociedade, tendo em conta que o foco de análise era a Covid-19. Ainda assim, esta situação pode ser percebida por dois fatores: pela dimensão social da pandemia e porque a saúde não tem uma secção distinta e autónoma nestes jornais.

No *Diário de Coimbra*, nenhum trabalho feito sobre o Mundo envolve trabalho de campo do jornalista, sendo dessa forma retrabalhados a partir de outros meios de informação. O mesmo acontece com Portugal, na maioria dos casos. Tratando-se de realidades mais distantes para os leitores deste jornal, os assuntos mais importantes relacionam-se também com a saúde.

Os números relevam também isso (*Gráfico 4*). Assim, verifica-se que no Mundo e em Portugal existem 26 artigos dedicados à Saúde e 17 dedicados à Sociedade, Enquanto em Coimbra e na Região das Beiras temos 59 artigos sobre temas sociais e 22 ligados a questões de Saúde.

Apesar de o *Público* ter alguns trabalhos de profundidade internacionais e sobre Coimbra, onde os jornalistas se deslocam ao local para obter informações presencialmente e entrevistas, as circunstâncias são semelhantes às do *Diário de Coimbra*, tal como o *Gráfico 5* indica. Os assuntos mais abordados no jornal, no Mundo e em Coimbra, são questões voltadas para a Saúde e para a Covid-19. Tal como indicam os números, 11 artigos relacionam-se com a Saúde e 8 com a Sociedade. Já em Portugal, 15 são Saúde e 32 Sociedade.

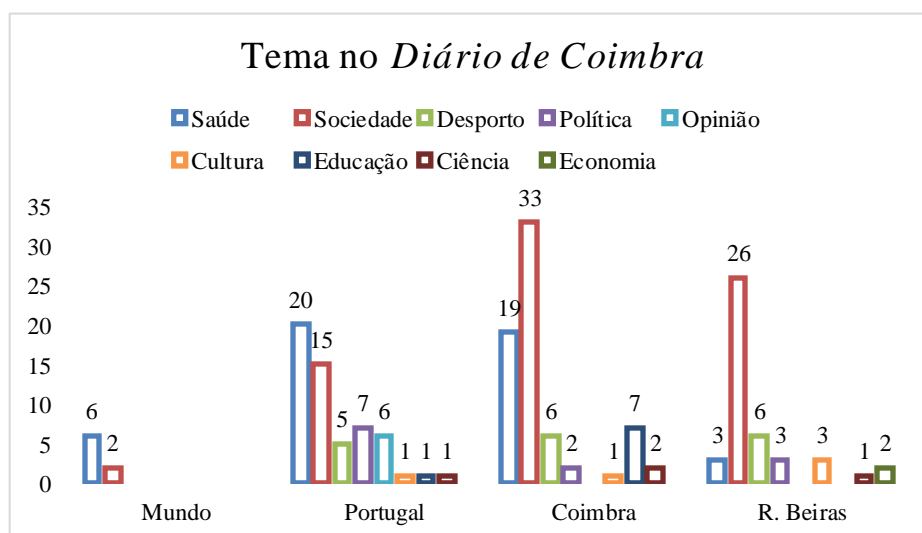


Gráfico 4 - Temas (*Diário de Coimbra*)

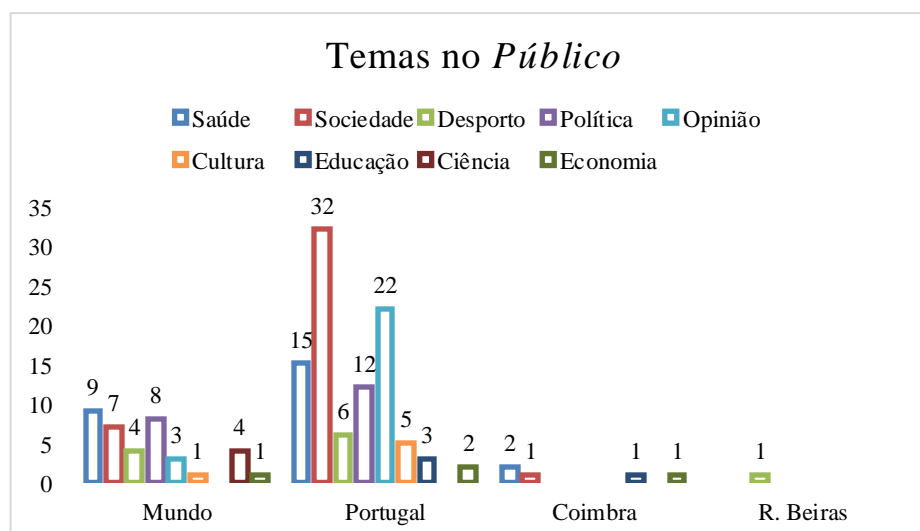


Gráfico 5 - Temas (*Público*)

Número de fontes

Os artigos no *Diário de Coimbra* são na sua maioria feitos com uma única fonte, tal como se pode verificar no *Gráfico 6*. Falamos de 142 trabalhos realizados com base numa única fonte, ou seja 80% dos artigos analisados.

Os outros trabalhos que recorrem a uma quantidade maior de testemunhos, quase não têm expressão. Artigos com 2 fontes são 16, com 3 fontes são 11, com 4 fontes são 3 e com 5 fontes, 6 fontes e 7 fontes são dois artigos cada.

Conclui-se que quanto maior o número de fontes, menor o número de artigos. Realidade que também se verifica no *Público* (*Gráfico 7*). É importante também destacar que no *Diário de Coimbra* apenas os trabalhos feitos em Coimbra ou na Região das Beiras expõem mais do que duas fontes de informação. Novamente, a proximidade ao local e a facilidade de acesso às fontes de informação parece fazer a diferença.

Tal como no caso do *Diário de Coimbra*, os artigos no *Público*, são, preponderantemente, feitos tendo por base uma única fonte, tal como se pode verificar no *Gráfico 6*. Contudo, ao contrário do caso anterior, nesta situação os artigos não chegam a representar metade do jornal, tratando-se apenas de 49% dos trabalhos, com 69 artigos. É notório que os artigos com duas ou mais fontes diminuí substancialmente. Por ordem decrescente de número de fontes aparecem os artigos com 2 fontes (23 artigos); com 5 fontes (12 artigos); com 4 fontes (11 artigos); com 3 fontes (9 artigos); com 6 fontes (6 artigos); com 7, 8 e 9 fontes (2 artigos cada um); e com 11, 12, 16 e 33 fontes (1 artigo cada).

Deve, no entanto, destacar-se que no *Público* encontram-se trabalhos com mais do que duas fontes em todas as localidades consideradas (Mundo, Portugal e Coimbra), menos na Região das Beiras. Este cenário é expectável, tendo em conta o número de trabalhos de maior profundidade feitos pelo jornal (*Gráfico 3*). O local onde se encontram artigos com mais fontes é em Portugal e no Mundo.

Realça-se que os trabalhos do público que mencionam Coimbra, à exceção de um, têm todos um elevado número de fontes devido ao facto de não se focarem apenas na cidade e fazerem uma espécie de viagem de Norte a Sul do país, procurando diversos testemunhos.

Detendo trabalhos de maior dimensão do que o *Diário de Coimbra*, tal como já verificado e explicado nos *Gráficos 1 e 2*, não é surpresa que o *Público*, possua artigos com um elevado número de fontes.

E apesar de no jornal nacional o género jornalístico mais encontrado ser também a notícia (Gráfico 3), ao contrário do que é normal acontecer no *Diário de Coimbra*, algumas notícias produzidas pelo *Público* têm mais do que duas fontes.

O *Diário de Coimbra* tem 178 artigos relacionados com a Covid-19 e apresenta 255 fontes. O *Público*, por sua vez, apresenta quase o dobro das fontes em 140 artigos, tendo 402 fontes.

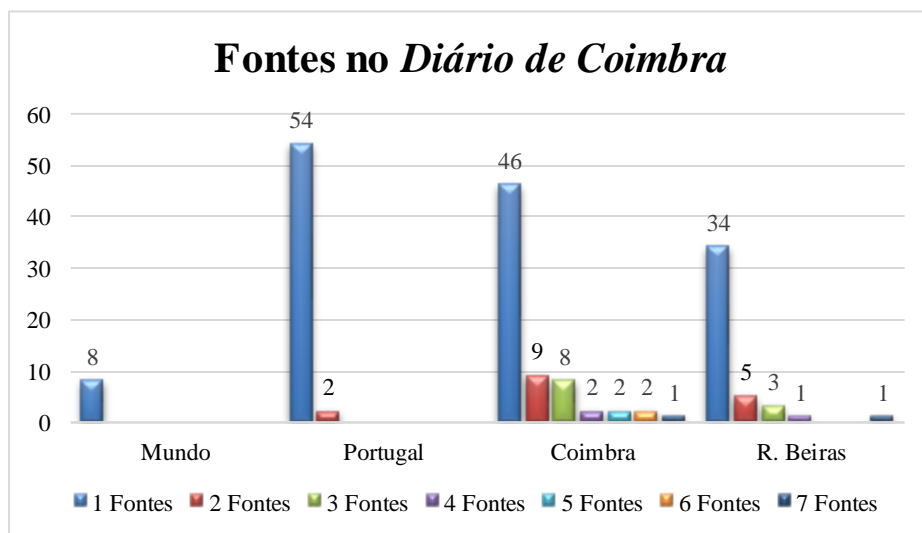


Gráfico 6 – Número total de artigos correspondente ao número de fontes no Diário de Coimbra

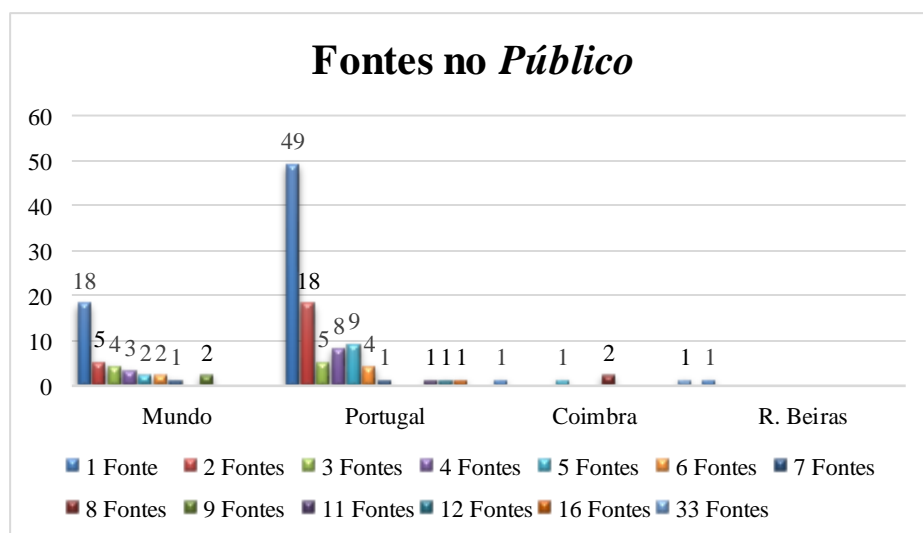


Gráfico 7 – Número total de artigos correspondente ao número de fontes no Público

Categoria das fontes

No que toca à categoria das fontes, conseguimos perceber através das *Tabelas 4 e 5* que em ambos os objetos de análise, as fontes primárias são predominantes.

A fonte primária é aquela que oferece o essencial para se fazer um trabalho. Oferece aos jornalistas os factos, as versões e os números. Ou então encontra-se próxima da origem da informação. Normalmente, revela dados originais que podem ser comparados com declarações de fontes secundárias.

A fonte secundária é aquela que contextualiza, compreende, investiga, interpreta ou complementa o trabalho jornalístico, feito com base nos depoimentos da fonte primária. A ligação desta fonte com os acontecimentos e factos é indireta.

O *Diário de Coimbra* de 255 fontes usadas, 244 são fontes primárias isto corresponde a, sensivelmente, 96% dos artigos do jornal. Por outro lado, o *Público* apesar de ter mais de metade do jornal ocupado por fontes primárias – de 402 fontes, 325 são primárias, o que corresponde a cerca de 81% – a diferença perante o jornal regional é ainda de 15%.

Isto acontece porque o jornal nacional tem também mais artigos de opinião do que o jornal regional (*Gráfico 3*), tal como já explicado e como o próprio nome indica, os artigos de opinião são textos, cuja fonte comenta determinados assuntos, daí a mesma ser vista nesta análise como uma fonte secundária. Alguém externo ao assunto em questão, mas que opina sobre ele, com base em factos, textos ou outros fatores.

	Primária	Secundária
Mundo	5	3
Portugal	52	6
Coimbra	124	1
R. Beiras	63	1

Tabela 4 – Categoria das fontes no Diário de Coimbra

	Primária	Secundária
Mundo	76	23
Portugal	193	54
Coimbra	55	0
R. Beiras	1	0

Tabela 5 – Categoria das fontes no Público

Grupo das fontes

De acordo com a bibliografia sobre este assunto, dividimos as fontes em sete grupos: fontes oficiais, fontes empresariais, fontes institucionais, fontes individuais, fontes testemunhais, fontes especializadas e fontes referenciais.

Uma fonte oficial é alguém que exerce uma função ou cargo público, representam órgãos mantidos pelo Estado assim como organizações associadas ao Estado.

Uma fonte empresarial representa, tal como o nome indica, uma empresa, firma, comércio ou indústria.

A fonte institucional retrata grupos sociais ou organizações sem fins lucrativos.

A fonte individual é alguém que se representa a si própria, dessa forma não aparece ligada a nenhuma organização ou grupo social.

Uma fonte testemunhal repete aquilo que viu ou ouvindo, atuando como participante ou observador do acontecimento.

Uma pessoa com conhecimentos singulares sobre uma determinada área ou uma associação que possua um conhecimento reconhecido é vista como uma fonte especializada.

Bibliografia, documentação ou outros órgãos de comunicação utilizados, são fontes referenciais.

As fontes mais utilizadas por ambos os jornais são as fontes oficiais (*Gráfico 8 e 9*). Mais de metade do jornal regional é composto por este tipo de fontes (136 fontes oficiais – 53%). Embora a realidade transposta para o *Público* vá no mesmo sentido, para além dos números se encontrarem muito mais distribuídos pelas fontes, as fontes oficiais representam apenas 35% do jornal (141 fontes).

Esta não é, contudo, uma conclusão inesperada, tendo em conta que as informações sobre a Covid-19 implicam entidades públicas e oficiais, que reúnem o essencial das informações dispersas relacionadas com a pandemia.

Em segundo lugar, o *Diário de Coimbra* utiliza as fontes institucionais (33 fontes – 14%), seguindo-se as especializadas (28 fontes – 11%), as individuais (22 fontes – 9%), as testemunhais (16 fontes – 6%), as empresariais (14 fontes – 5%) e as referenciais (6 fontes – 2%).

O *Público*, a seguir às fontes oficiais, faz maior uso de fontes especializadas (57 fontes – 14%), testemunhais (56 fontes – 14%), institucionais (51 fontes – 13%), referenciais (49 fontes – 12%), individuais (21 fontes – 5%) e empresariais (27 fontes – 7%).

O *Diário de Coimbra* divide a maioria dos seus trabalhos para além das fontes oficiais, entre as fontes institucionais e especializadas. Isto acontece porque estas têm quase tanto crédito como as oficiais. Os representantes destas fontes são olhados como alguém que desempenha uma função importante, seja dentro de uma instituição ou por ter uma profissão que lhe oferece o estatuto de “especializado”.

O *Público*, depois das fontes oficiais, faz-se valer das fontes especializadas e testemunhais. Conclui-se que no caso das fontes especializadas, tratando-se de notícias sobre uma pandemia, o jornal nacional reflete uma preocupação em falar com quem sabe e pode explicar de forma coerente e fidedigna o assunto.

Normalmente, também são as fontes especializadas que escrevem artigos de opinião, pois é com base nos seus conhecimentos que têm “poder” e capacidade vista como credível para comentar um assunto. Sendo o *Público*, um jornal com uma forte vertente nos artigos de opinião (*Gráfico 3*), este cenário não é de todo imprevisível.

Dependendo do tema, do acontecimento e da situação, na maior parte dos casos, a utilização de fontes testemunhais leva o jornalista a procurar diversos testemunhos que corroborem os acontecimentos descritos. Dessa forma, a tendência nestes casos será a de diversas pessoas surgirem a dizer o mesmo. Isto também oferece mais veracidade ao trabalho. Por essa razão, o número de artigos também diminui conforme o número de fontes necessárias (*Gráfico 6*).

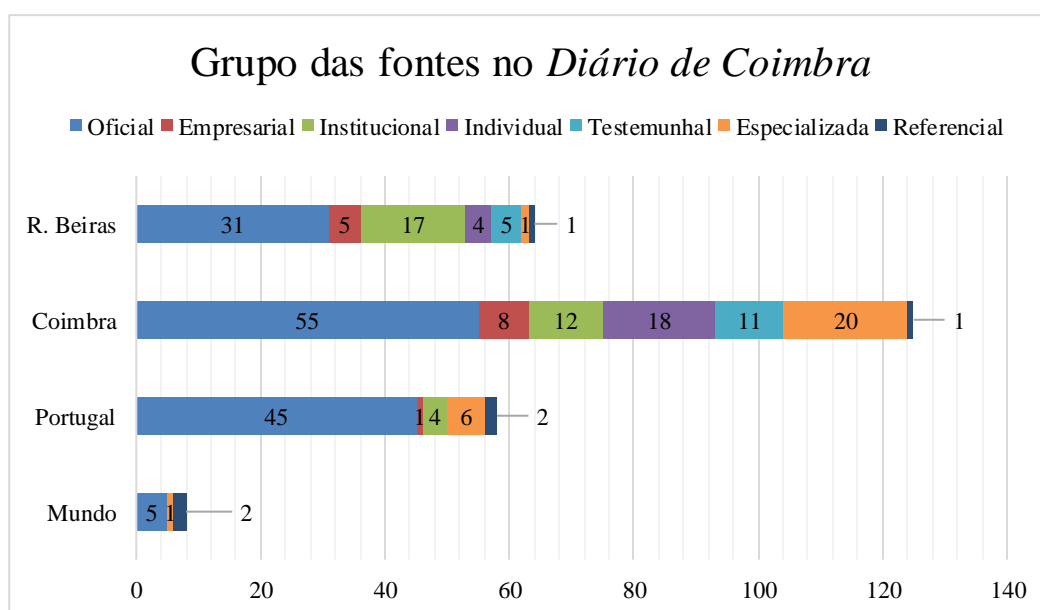


Gráfico 8 – Grupo das fontes no Diário de Coimbra

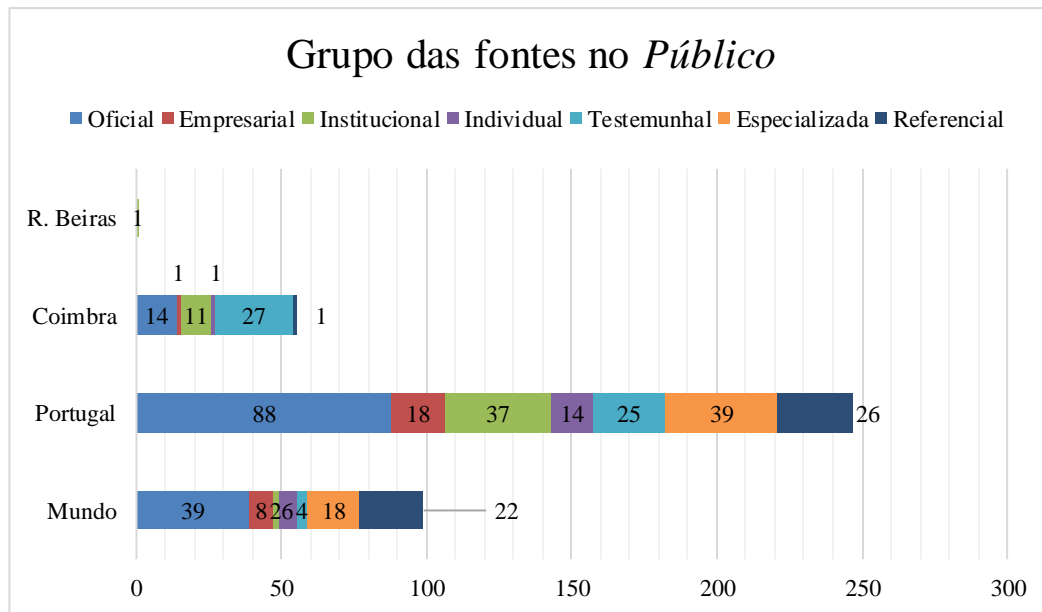


Gráfico 9 – Grupo das fontes no Público

Ação das fontes

As fontes podem ter uma ação proativa, ativa, passiva e reativa. Nenhuma fonte encontrada nesta análise demonstrou uma ação reativa.

As fontes proativas são aquelas que enviam conteúdos para os jornais. O exemplo mais conhecido são os comunicados ou notas de imprensa. Falamos de trabalhos que, apesar de o jornalista ter de rever e reescrever, chegam à redação com um aspeto quase concluído. Normalmente, esses trabalhos não são assinados (*Tabela 2*).

Já as fontes ativas implicam conversas entre jornalista e fonte, seja uma entrevista ou algo mais informal. É assim que o jornalista compreende se a informação é viável para ser tratada e se poderá avançar com o trabalho.

Por sua vez, as fontes passivas são aquelas em que o jornalista consegue ir buscar através de outros meios, sejam notícias produzidas por outros órgãos de comunicação, livros, bibliografia. São as fontes que não se alteram com o tempo.

A ação mais encontrada neste estudo empírico é nada mais, nada menos que a ativa. O que, novamente, não surpreende. Tanto o *Diário de Coimbra* como o *Público* mostram que o seu leque de fontes ativas se encontra focalizado nas áreas e localidades que ambos trabalham mais. Coimbra e a Região das Beiras, para o jornal regional, e Portugal, no caso do jornal nacional.

No caso do primeiro (*Tabela 6*), encontramos 169 fontes ativas, só nas localidades de Coimbra e da Região das Beiras. No caso do segundo (*Tabela 7*), mais de metade das fontes ativas (209) está centrada em Portugal.

	Proativa	Ativa	Passiva
Mundo	0	4	4
Portugal	7	31	20
Coimbra	10	110	5
R. Beiras	3	59	2

Tabela 6 – Ação das fontes no Diário de Coimbra

	Proativa	Ativa	Passiva
Mundo	1	68	30
Portugal	7	209	31
Coimbra	0	50	5
R. Beiras	0	1	0

Tabela 7 – Ação das fontes no Público

Crédito das fontes

Dar crédito a alguém pelas informações que oferece ou é testemunha revela-se de extrema importância num jornal. É ao dar crédito a alguém, pelas suas palavras, que o jornalista assume a sua imparcialidade e credibilidade, que funciona apenas como um meio. Trata-se, pura e simplesmente, da pessoa que interpreta e partilha com o público a informação a que teve acesso.

Contudo, dar crédito a alguém pelo testemunho prestado nem sempre significa identificar alguém. Casos há em que, devido ao interesse público, à relevância da informação e a sua sensibilidade para as pessoas envolvidas, o jornalista oculta a identidade da sua fonte de informação.

Uma fonte considera-se identificada quando apresenta dados como o nome, a profissão e até a idade. Uma fonte não identificada verifica-se quando não existe qualquer identificação da

origem da informação ou quando é usado um nome fictício, ou apenas um nome ou a sua profissão.

Embora existam fontes que não querem ser identificadas, os jornalistas evitam essa situação, pois é importante que o público saiba quem fala e o que faz, como é que o seu testemunho é relevante para o trabalho. Tanto assim é que podemos verificar através dos *Gráficos 10 e 11*, que as fontes não identificadas, tanto num jornal como no outro são quase inexistentes. Uma fonte não identificada, implica uma relação de confiança entre o jornalista e a fonte, pois se não for uma fonte confiável, o seu testemunho perde o valor.

Destaca-se que as fontes não identificadas no *Diário de Coimbra* localizam-se em Coimbra e na Região das Beiras, as zonas de vivência dos jornalistas. Já no *Público* acontece o mesmo com Portugal.

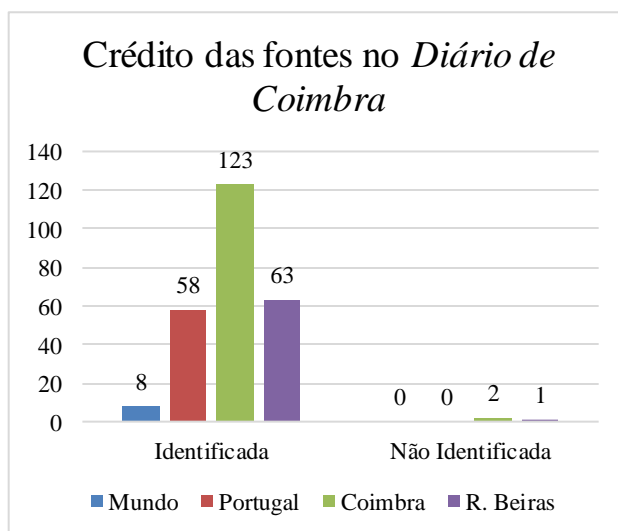


Gráfico 10 – Crédito das fontes no Diário de Coimbra

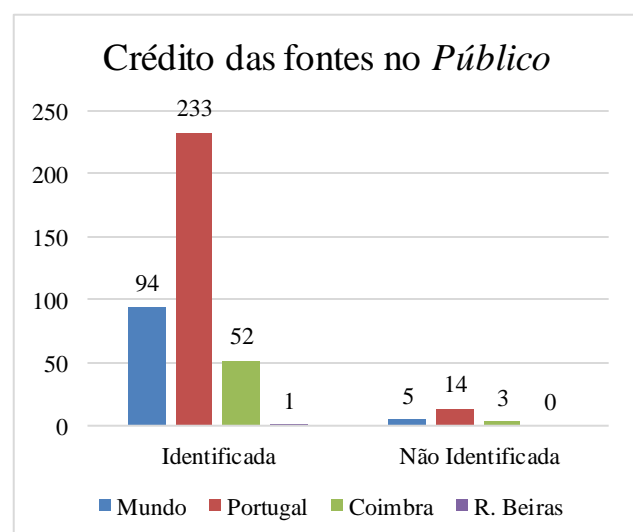


Gráfico 11 – Crédito das fontes no Público

Primeira Página

A primeira página de um jornal é o seu rosto. É o primeiro contacto que os leitores têm com o conteúdo que vão encontrar no jornal.

A primeira página de um órgão de comunicação impresso funciona quase como o *gatekeeping* do *gatekeeping*. Isto é, o jornalista procede a uma segunda valorização dos conteúdos que são os mais importantes para colocar no jornal. Trata-se de uma segunda escolha de todo o processo de *gatekeeping* anterior a que foram submetidos na generalidade dos conteúdos do dia: depois da escolha dos assuntos que marcam a atualidade, processa-se à seleção dos acontecimentos considerados mais importantes para constar na primeira página. A primeira página é, assim, a escolha de quais dessas informações já selecionadas, merece estar no topo da atualidade.

Esta escolha, normalmente recai sobre os editores. São eles que elegem quais os conteúdos de maior interesse para o leitor. Estas decisões refletem a forma como o órgão de comunicação vê o mundo à sua volta e qual o seu papel perante os leitores.

O *Diário de Coimbra* tem nas suas primeiras páginas 104 destaques, sendo que desses apenas 35 são assuntos sobre a Covid-19 ou relacionados com ela.

A maioria dos artigos acerca da Covid-19, assinalados na primeira página do *Diário de Coimbra*, focam-se nas áreas de Coimbra (19) e da Região das Beiras (10). Portugal também entra na equação de forma pouco pronunciada com apenas 6 artigos de primeira página. Seria de esperar que todos os trabalhos salientados na primeira página fossem assinados e, apesar de a maioria o ser (22), alguns não são (13).

Por último, o género jornalístico que mais aparece nas primeiras páginas do jornal é a notícia. Poder-se-ia esperar que os trabalhos de maior profundidade ganhassem aqui terreno, no entanto, contabilizando o número de notícias existentes no *Diário de Coimbra* (*Gráfico 3*), estes resultados são os esperados. Em segundo lugar aparecem, então, as reportagens (*Gráfico 12*).

O *Público* começa por apresentar mais artigos de destaque de primeira página (116) que o *Diário de Coimbra*, o que consequentemente, representa também uma relevância maior no que toca aos artigos sobre a Covid-19 (41). Isto explica-se pelo facto da primeira página do jornal nacional ser maior do que a do *Diário de Coimbra*, pelo que, consequentemente, cabe mais texto e assim mais chamadas de primeira página.

Tal como no caso anterior, a maior incidência de destaques de primeira página diz respeito a Portugal, com 31 artigos, sendo os restantes dez divididos entre o Mundo (7) e Coimbra (3).

Ao contrário do *Diário de Coimbra*, o *Público* oferece às reportagens um revelo de primeira página, sendo o género jornalístico mais frequente, seguindo-se as notícias (*Gráfico 13*).

Embora não seja o género jornalístico mais encontrado no jornal (*Gráfico 3*) é aquele que representa mais trabalho por parte dos jornalistas. O *Público* é considerado um jornal de referência e isso parece consubstanciar-se no destaque dado, em primeira página, aos conteúdos que tratam a atualidade de forma mais aprofundada.

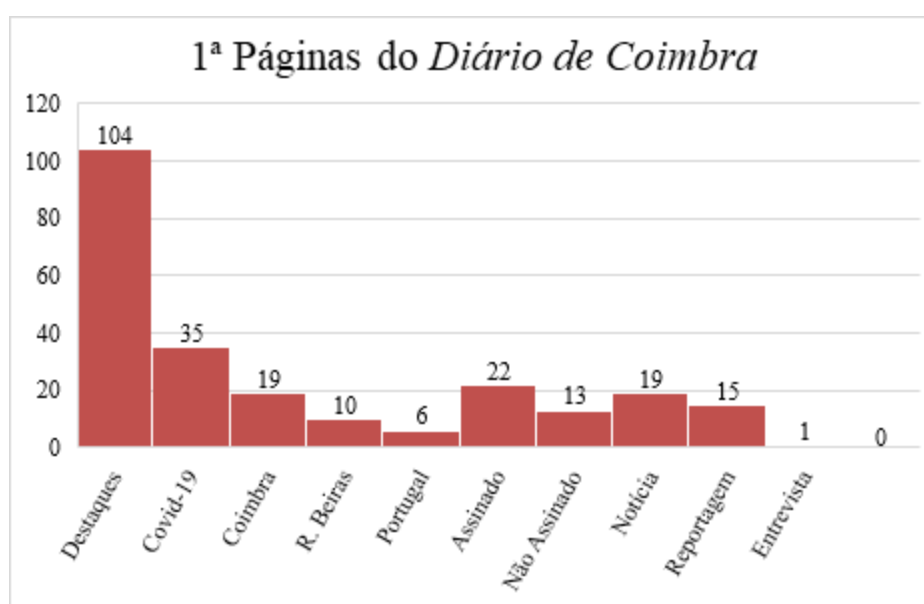


Gráfico 12 – Análise das primeiras páginas do Diário de Coimbra

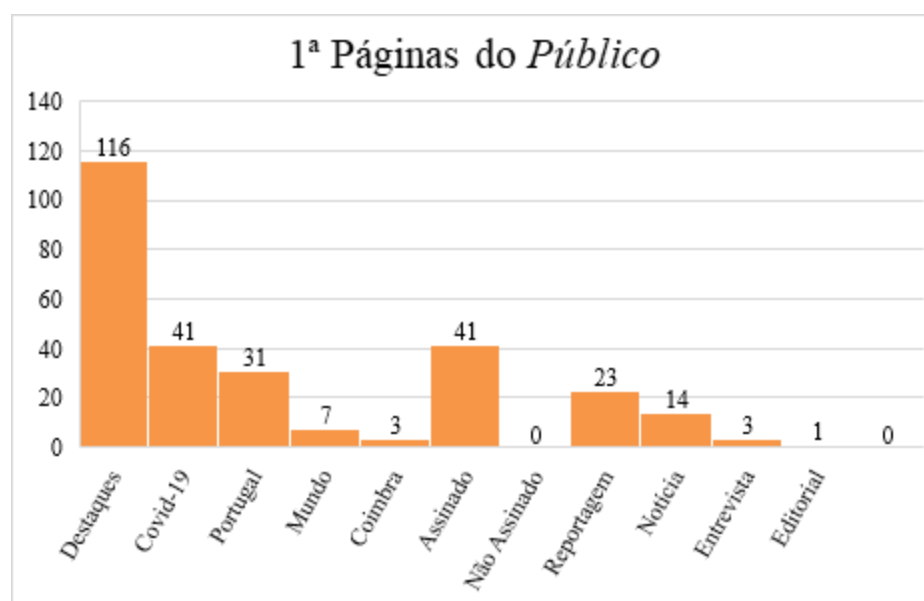


Gráfico 13 – Análise das primeiras páginas do Público

5.2 Discussão dos resultados

O *Diário de Coimbra* e o *Público* são duas empresas de comunicação diferentes, com abordagens distintas: um entra no âmbito da comunicação regional e o outro no da comunicação nacional. São dois jornais fisicamente díspares, como verificado pelo número de páginas, que tratam de conteúdos opostos com expansões divergentes.

Assim, é importante perceber que os problemas encontrados num jornal podem ser os mesmos do outro. Podem viver realidades semelhantes, porém as suas escalas não são iguais e isso altera a forma como os conteúdos acabam por ser tratados e o que é priorizado.

Começamos por discutir o espaço utilizado no jornal por cada localidade. Coimbra e a Região das Beiras ocupam 75% do espaço noticioso do *Diário de Coimbra*: é aqui que as pequenas localidades da região encontram a sua expressão e se podem manifestar.

Os jornais nacionais, como o caso do *Público*, focam-se num jornalismo capaz de chegar a todo o país e essa preocupação de procurar assuntos que todos “precisem” acaba por fazer com que não haja espaço para se falar de assuntos referentes a pequenas localidades.

Compreende-se, desta forma, que é nos jornais regionais que as pequenas localidades têm espaço para falar e expor os seus problemas. Sem um órgão de comunicação social local, estas regiões nunca encontrariam um espaço público para debater os seus problemas. A função do jornalismo de proximidade e do jornalismo regional é abordar tópicos com os quais o público se identifique. Os órgãos de comunicação local são um elemento promotor de cidadania. E o propósito dos jornalistas, inseridos nestes meios é dar a conhecer aos cidadãos realidades que eles desconhecem, quais as fragilidades do local onde se inserem, quais os problemas que apoquentam toda a comunidade. E é precisamente isso que o *Diário de Coimbra* faz ao incluir estas pequenas regiões na sua agenda diária.

O *Diário de Coimbra*, devido aos seus poucos recursos, faz muito “jornalismo de secretária”, baseado em notas e comunicados de imprensa, daí ser maioritariamente constituído pelo género jornalístico da notícia. O *Público*, embora a maioria dos seus trabalhos também sejam notícias, foca-se em trabalhos de maior profundidade como reportagens.

O jornal editado em Coimbra aparenta fazer trabalhos que não ocupam muito tempo, de preferência que se possam fazer na redação, seja através de informação já redigida ou através de uma entrevista telefónica. Em geral, falamos de artigos com dimensões que permitem a possibilidade de se fazerem vários num só dia, algo mais difícil de atingir com trabalhos de uma maior profundidade, como o caso das reportagens, por exemplo.

Um jornal regional “não permite” que o jornalista perca muito tempo, porque muito tem de ser feito. Havendo por vezes falta de “informação” disponível, aquela que aparece tem de ser usada de imediato e não pode ser guardada para mais tarde, pelo que os trabalhos, normalmente, são feitos de um dia para o outro, não havendo propriamente a preocupação de se guardarem conteúdos para posterior publicação.

Os trabalhos que exigem um tratamento com mais profundidade levam algum tempo a fazer, é necessário pesquisar, investigar, ir ao local, entrevistar e redigir. No *Diário de Coimbra*, quando um jornalista tem uma reportagem em mãos, é quase que “obrigado” a fazê-la nos tempos mortos de forma a “não prejudicar” a produção quotidiana para fazer com que o jornal do dia seguinte saia.

O *Público* tem uma forte presença de artigos de opinião, que se poderia considerar esmagador se comparada com o *Diário de Coimbra*. Tendo em conta, a escala de cada jornal e a abordagem a cada tópico, não é de admirar que o jornal nacional dê maior relevo a questões opinativas. Os artigos de opinião têm como objetivo principal fomentar a argumentação e fazer com que os indivíduos intervenham socialmente, de forma que os mesmos, não tomem só uma posição, mas também participem nos debates que acontecem na sociedade. Argumentar é um exercício de cidadania.

O *Diário de Coimbra* trabalha para um público regional e específico, um público focado nos problemas da sua comunidade e nas questões a que a comunidade dizem respeito. Dessa forma, procura dar maior destaque aos trabalhos que se foquem nessas questões. Os artigos de opinião, geralmente, são sobre temas gerais que abrangem muito mais do que uma mera comunidade local, daí terem mais expressão no *Público*.

Tal como já mencionado o jornalismo feito no *Público* tenciona chegar a todos, a generalidade dos temas abordados, permite também opinar sobre mais assuntos e questões polémicas que abraçam todo o país e não só uma comunidade.

No que toca aos artigos assinados não é surpreende que no jornal regional a maioria não o seja. Quando um artigo surge assinado, isso demonstra que houve um maior empenhamento e trabalho mais profundo da parte do jornalista, uma vez que artigos baseados em notas de imprensa, na sua maioria, não são assinados. Muitos dos trabalhos feitos no *Diário de Coimbra* têm esses comunicados como base.

Uma assinatura por um jornalista implica algum tipo de investigação e pesquisa na redação do artigo, implica alguma ida ao terreno, implica que tenha sido feita uma ou várias entrevistas. A assinatura é a marca do cunho pessoal do jornalista: ali está o seu nome, o fruto do seu trabalho, a sua responsabilidade.

Isto também explica o porquê de quase todos os artigos no *Público* serem assinados. São trabalhos de grande profundidade, que implicam muito tempo do jornalista, seja para investigar, pesquisar ou ir até ao terreno, ou até mesmo pensar como irá abordar o assunto e colocá-lo no papel.

Ambos os jornais tomaram a decisão de dar mais destaque a questões sociais, como por exemplo, as novas regras impostas que afetassem o funcionamento da vida dos cidadãos ou a temas que mostrassem como a pandemia estava a prejudicar transversalmente a sociedade, para além das questões estritamente ligadas à saúde ou ao número de casos infetados ou de mortes.

O mais interesse que acontece também nos dois objetos de estudo, é o facto de os artigos sobre a Sociedade se centrarem, no caso do *Diário de Coimbra*, em Coimbra e na Região das Beiras. No caso do *Público*, em Portugal. A Saúde é o tema mais abordado no Mundo e em Coimbra no caso do diário regional, e no Mundo e em Portugal no caso do jornal nacional.

No caso do Diário de Coimbra, os leitores encontrarem um trabalho sobre a Covid-19 que fale sobre as restrições na sua zona de residência e o que podem ou não fazer, ou um artigo sobre uma iniciativa que decorre perto de sua casa e que a pandemia alterou de alguma forma, terão mais interesse em ler, do que propriamente, quantos novos casos de pessoas infetadas se encontram internadas nos hospitais. A questão da proximidade é muito importante quando se aborda temas nos jornais.

As fontes são um fator determinante na produção noticiosa. Sem fontes não há notícias. Os jornalistas recorrem às fontes de acordo com a sua urgência produtiva e com a posição das mesmas na sociedade.

A maior parte dos artigos no *Diário de Coimbra* têm apenas uma fonte, pela mesma razão que o género jornalístico mais encontrado no jornal é a notícia. Havendo poucos recursos humanos e pouco tempo, os jornalistas focam-se em recolher testemunhos de apenas uma pessoa, até porque a notícia ou a breve não exige, na maioria das vezes, mais do que isso. Ao contrário os trabalhos de maior dimensão, como no caso de reportagens, envolvem que se ouça um maior número de pessoas e se consultem várias fontes de informação.

Ambos os objetos de estudo usam mais fontes primárias, isto porque essas são mesmo as mais usadas e procuradas pelos jornalistas. O leitor irá confiar mais numa fonte primária do que numa secundária. O mesmo acontece com as fontes ativas, que oferecem mais confiança ao leitor, pois este percebe que o jornalista teve o cuidado de falar diretamente com a pessoa mencionada.

Quando as fontes passivas são usadas a tendência é: quanto mais distantes as noticiais produzidas, maior a probabilidade de serem feitas com base em fontes passivas. O facto de estar

mais longe geograficamente, leva o público a preocupar-se menos com a fonte utilizada, porque percebem que é mais difícil ao jornalista deslocar-se até ao local para entrevistar os envolvidos.

Também é possível os jornalistas usarem uma fonte passiva e darem o seu contributo e cunho pessoal, seja porque acrescentam novas fontes, porque vão até ao local ou porque entrevistam alguém. No *Diário de Coimbra*, por exemplo, é comum aparecerem textos assinados com o nome do jornalista e da Lusa.

Conclusão

O conceito de proximidade no jornalismo transpõe as fronteiras materiais de um local. Num mundo em processo crescente de globalização as relações de proximidade mostram-se cada vez mais fortes e as singularidades de cada comunidade são enaltecidas.

Quando se fala de algo próximo, imaginamos qualquer coisa com a qual mantemos uma relação comunicativa, social e pessoal. É algo que está perto e com o qual temos um vínculo. Esta relação encontra-se implícita entre o público, as temáticas e um órgão de comunicação social.

A responsabilidade do jornalismo de proximidade é, para além da função de elo de ligação entre as pessoas das diversas comunidades, fomentar a discussão e a democracia, descomplicando as conversas entre indivíduos. O propósito é fazer com que o público ganhe curiosidade pela comunidade que habita, levando-o a intervir na sociedade.

Para isto, não chega aos órgãos de comunicação social de proximidade divulgar as adversidades que atingem a população. Os mesmos têm de contribuir e esforçar-se para incitar a conversar e a partilha de ideias, para que seja possível encontrar uma solução para as inquietações noticiadas.

No cenário da imprensa regional, o papel da proximidade reconhece-se como de maior importância, porque essa é também uma das essências que distingue um meio de comunicação social regional dos restantes de dimensão nacional ou de outras localidades. O resultado desta extensão física, devido à sua tradução geográfica, permite associar o jornalismo de proximidade à imprensa regional e local mais facilmente.

Pela sua característica de estar mais próximo dos leitores para o qual a informação é feita, o jornalismo de proximidade, habitualmente, atua dentro de comunidades mais pequenas, tendo uma zona de operação mais escassa. Isto permite alcançar o público mais facilmente que o jornalismo de dimensão nacional.

A experiência de estágio permitiu concluir que o jornalismo do *Diário de Coimbra*, desde o momento do seu nascimento, em 1930, é feito em prol da comunidade, isso pode ser comprovado por a maioria dos artigos encontrados no jornal, serem sobre a cidade de Coimbra e sobre a Região das Beiras.

Desde cedo, que o *Diário de Coimbra* se comprometeu, tal como se pode ler, no estatuto editorial, em levar informação séria e rigorosa aos seus leitores.

Ao longo dos seus 91 anos de vida, o jornal apoiou diversas causas sociais da região que abrange e assumiu fortes posições políticas – antes e depois do 25 de Abril – lutando contra a

censura de imprensa, sempre em nome do seu público. Nessa linha de serviço criou outros projetos de *media* ao longo dos anos.

Uma das características mais distintivas da imprensa regional é a sua forte territorialização. Isto acontece porque são órgãos que atuam perto dos leitores, dos agentes e instituições sociais que constituem o seu campo de ação. Conhecem muito bem o seu público, quais as temáticas quotidianas que lhes interessa e qual a sua opinião pública.

A imprensa regional e local tem o dever de reunir, desenvolver e partilhar acontecimentos noticiosos que se desenrolam no local onde se encontram sediados, trate-se de uma área concelhia, distrital ou regional. A proximidade é o fator principal que leva os órgãos de comunicação locais e regionais a perceberem melhor as carências dos seus leitores, já que ambos, fazem parte da mesma sociedade.

Sendo o *Diário de Coimbra*, um jornal regional, encontra-se ligado quase de forma umbilical à cidade onde surgiu. O vínculo do jornal a Coimbra é impossível de negar, começando pelo próprio nome do jornal ou pelo conteúdo publicado ser, maioritariamente, sobre Coimbra ou a Região das Beiras. Contudo, esta é uma relação bilateral, pois também os cidadãos e a Câmara Municipal de Coimbra demonstram um enorme apreço pelo jornal. Esta é uma relação existente desde o momento em que o jornal nasceu, que foi reforçada ao longo dos anos de existência do *Diário de Coimbra*.

Embora, a imprensa regional tenha de demarcar fronteiras e limites até uma determinada região de cobertura, isto não se traduz em não divulgar informação de índole nacional ou internacional. Porém, na maior parte dos casos, fazem-no de modo a realçar por que razão restritiva a localidade onde o órgão se encontra.

Ao ampliar uma pequena parte do seu plano noticioso a temáticas de índole nacional e internacional, a imprensa regional pode oferecer aos seus leitores informação mais completa e complexa. Isto permite ao público contextualizar-se sobre os principais acontecimentos e factos do país e do mundo, e ter acesso à informação sobre a sua localidade, sobre o que lhes é mais próximo.

Os *media* regionais e locais ganham assim uma posição versátil e apelativa no seu contexto social. Por um lado, fortificam o sentimento de identidade com a população com a qual se relaciona e, por outro, transformam-se em espaços que agilizam uma “abertura para o mundo”.

Um exemplo disto, passa pela cobertura feita pelo *Diário de Coimbra*, à Covid-19, que quando apresentava os números de casos em Portugal e as previsões ou palavras da ministra da

saúde sobre a pandemia, dedicava também um espaço acerca dos números em Coimbra e na Região das Beiras.

Com o objetivo de compreender se o jornalismo praticado pelo *Diário de Coimbra* é de maior proximidade que o praticado pelo *Público*, fizemos um estudo de caso centrado no período de 20 de outubro a 2 de novembro de 2020. Tendo em consideração, o grande número de artigos encontrados em duas semanas de jornal, a análise não se foca em toda a informação disponibilizada nos jornais, incidindo apenas sobre um tema transversal a ambos os jornais: a Covid-19.

Começamos por perceber que a relação existente entre os *media* regionais, o seu posicionamento territorial e os seus conteúdos focados nas pessoas que habitam esse território é o que os tornam únicos e singulares. Funcionam, por isso, como meios de comunicação da identidade regional, a sua razão de existir.

A característica mais relevante da imprensa regional manifesta-se no facto de trabalhar para um “jornalismo miúdo”, um “jornalismo de nomes e apelidos”. Os jornais locais preocupam-se em divulgar histórias e acontecimentos que não entram nos grandes meios de comunicação social. Trata-se de um jornalismo que relata o que o jornalismo de massas não consegue.

O jornalismo massificado, tal como o nome indica, trabalha para públicos abrangentes e algo inespecíficos, sendo dessa forma abrangente também nos seus conteúdos noticiosos, na sua tentativa de chegar um pouco a todos.

Este é o resultado mais relevante e demarcado do estudo empírico que fizemos tendo por base o tema da Covid-19. O *Público* preocupa-se em reportar, na sua maioria, conteúdos focalizados em Portugal e no Mundo. Apesar de a cidade de Coimbra e, uma única vez, a Região das Beiras, se encontrar no meio destes conteúdos, não são o assunto central dos artigos ou são mencionadas em conjunto com outras localidades, não tendo, portanto, um verdadeiro espaço dedicado a si no jornal. Nas páginas do *Publico* há um Portugal sem rosto e sem voz que se estende muito para além das zonas metropolitanas de Lisboa e do Porto.

Por sua vez, o *Diário de Coimbra* oferece um maior destaque, à cidade de Coimbra. E, embora, nesta análise, a Região das Beiras não apareça em segundo lugar, ela é muito mais valorizada devido ao facto de muitos trabalhos levarem o jornalista ao terreno e para entrevistar alguém, o que não acontece em espaço informativos como Portugal e o Mundo.

Outro resultado importante de destacar é o facto de que Coimbra e a Região das Beiras correspondem a 8% de conteúdos encontrados *Público*, sendo que a segunda categoria nem 1% de expressão informativa atinge.

Já no *Diário de Coimbra*, as localidades juntas equivalem a 75% do jornal. O que corrobora o facto de ser na imprensa regional que as pequenas localidades encontram a sua expressão e se podem manifestar.

Os jornais nacionais, como o caso do *Público*, focam-se num jornalismo capaz de chegar a todo o país e que de alguma forma todos “precisem” de ler. Desta forma, acaba por não existir espaço para se falar das pequenas localidades.

Diremos que o *Diário de Coimbra* e o *Público* são dois tipos de conteúdos invertidos: o que um mostra, o outro secundariza ou esquece. Nessa relação de distanciamento e de proximidade se compreende dois conteúdos complementares. No caso de Coimbra e da Região das Beiras é a sua existência enquanto comunidade comunicativa que se joga nas páginas de um jornal local... nas suas forças e nas suas fraquezas.

Referências bibliográficas

Almeida, M. (2013). *O jornalismo de proximidade como promotor da cultura e identidade de uma região: o caso do Porto Canal*. Relatório de Estágio de Mestrado em Jornalismo – Escola Superior de Comunicação Social, Instituto Politécnico de Lisboa, Lisboa. 115 pp.;

Amaral, V. (2012). A proximidade de uma imprensa regional à ideia de cidadania ativa. In J. Correia (Org.), *Ágora - Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades* (pp. 1-17). Covilhã: Livros LabCom;

Aroso, I. (2013). *As redes sociais como ferramentas de jornalismo participativo nos meios de comunicação regionais: um estudo de caso* [PDF] (pp. 1-18). Beira Interior: LabCom – Universidade da Beira Interior. Retirado de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-2013-redes-sociais-ferramenta-jornalismo.pdf>;

Bastos, H. (2011). Para uma história do ciberjornalismo em Portugal: das origens às múltiplas plataformas. In *Anais do I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana*. São Paulo;

Brinca, P. (2012). Jornalismo de proximidade e participação. Por uma dieta equilibrada de informação, contra a fast-information. In J. Correia (Org.), *Ágora - Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades* (pp. 31-35). Covilhã: Livros LabCom;

Camponês, A. (2017). *O Jornalismo Online na Imprensa Regional: o caso do Jornal de Leiria*. Relatório de Estágio de Mestrado em Jornalismo – Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa. 48 pp.;

Camponez, C. (2002). *Jornalismo de proximidade* (pp. 15-181). Coimbra: MinervaCoimbra;

Camponez, C. (2012). Jornalismo regional: proximidade e distâncias. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. In J. Correia (Org.), *Ágora - Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidade* (pp. 35-49). Covilhã: Livros LabCom;

Camponez, C. (2017). Proposta de novos pactos comunicacionais na era do hiperlocal. In P. Jerónimo (Org.), *Media e jornalismo de proximidade na era digital* (pp. 11-25). Covilhã: LabCom.IFP;

Cavalcanti, M., & Neto, M. (2014). O uso das redes sociais na prática do jornalismo colaborativo. *Quipus - Revista Científica Das Escolas De Comunicação E Artes E Educação*, (2), 65-78;

Carvalho, J. R. (2020). A crónica como género jornalístico e o emergir do subgénero “do quotidiano”. *Comunicação pública*, (Vol.15 nº 29). <https://doi.org/10.4000/cp.11282>

Correia, J. (1998). *Jornalismo e Espaço Público* [Ebook] (pp. 7-176). Covilhã: António Fidalgo. Retirado de http://labcom.ubi.pt/ficheiros/20110826-correia_jornalismo_espacopublico.pdf ;

Correia, J. (2012). A participação como desafio à profissão jornalística. In J. Correia (Org.), *Ágora - Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidade* (pp. 55-69). Covilhã: Livros LabCom;

Costa, R. (2017). *Um novo papel para o jornalismo de proximidade na Era Digital*. Relatório de Estágio de Mestrado em Ciências da Comunicação – Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, Braga. 85 pp.;

Cunha, I. F., & Peixinho, A. T. (2020). *Análise dos Media*. Imprensa da Universidade de Coimbra. <https://doi.org/10.14195/978-989-26-1988-0>;

Diário de Coimbra (2000). *1930-2000: Diário de Coimbra, 70 anos de História*. DC, Coimbra;

Diário de Coimbra. *Estatuto Editorial*. Acedido em 25 de fevereiro de 2021, em: https://www.diariocoimbra.pt/estatuto_editorial;

Diário de Coimbra (2011). Adriano Lucas - O decano da imprensa portuguesa (Versão eletrónica). *Diário de Coimbra*: 1-16. Acedido em 15 de março de 2021, em: https://issuu.com/diariodecoimbra/docs/alucas-60_anos/4;

Ferreira, G. (2012). Jornalismo interativo e vida cívica: pode o online tornar o jornalismo mais público?. In J. Correia (Org.), *Ágora - Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidade* (pp. 69-81). Covilhã: Livros LabCom;

Ferreira, P. (2005). O lugar da imprensa local e regional nas políticas da comunicação. In *Livro de Actas - 4º SOPCOM* (pp. 849 - 860). Aveiro: SOPCOM;

Ferreira, R. (2020). *Ciberjornalismo de proximidade: o caso do Diário de Coimbra*. Relatório de Estágio de Mestrado em Jornalismo e Comunicação – Faculdade de Letras, Universidade de Coimbra, Coimbra. 82 pp.;

Garcia, X. (2002). Repensar o jornalismo de proximidade para fixar os media locais na sociedade glocal. *Comunicação E Sociedade*, (4), 199-206;

Garcia, X. (2017). Realidade e desafios do ciberjornalismo de proximidade. In P. Jerónimo (Org.), *Media e jornalismo de proximidade na era digital* (pp. 119-136). Covilhã: LabCom.IFP;

Garcia, X., & Vázquez, A. (2017). Experimentar, inovar e aprender. In P. Jerónimo (Org.), *Media e jornalismo de proximidade na era digital* (pp. 137-146). Covilhã: LabCom.IFP;

Jerónimo, P. (2010). A memória da imprensa regional: Análise crítica da preservação e ao acesso de conteúdos digitais. *Páginas a&b*, 5 (série 2), 165-181;

Jerónimo, P. (2012). Origens e evolução do ciberjornalismo de proximidade em Portugal: O caso da imprensa regional. In J. Correia (Org.), *Ágora - Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidade* (pp. 81-87). Covilhã: Livros LabCom;

Jerónimo, P., & Bastos, H. (2012a). Jornalismo de proximidade em transição para a Internet. *Revista Estudos De Jornalismo*, (1), 40-52;

Jerónimo, P. (2015). *Ciberjornalismo de proximidade: redações, jornalistas e notícias online* (pp. 3-161). Covilhã: LabCom.IFP;

Junior, W. (2017). Jornalismo hiperlocal e dispositivos móveis. In P. Jerónimo (Org.), *Media e jornalismo de proximidade na era digital* (pp. 217-232). Covilhã: LabCom.IFP;

Madureira, F. (2018). *Cidadão-fonte ou cidadão repórter? O engajamento do público no jornalismo colaborativo dos grandes portais brasileiros*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo. 154 pp.;

Martin-Lagardette, J. (1998). *Manual da escrita jornalística* (pp. 57-83). Lisboa: Pergaminho;

Medina, J., 2001. Gêneros jornalísticos: repensando a questão. *SymposiuM*, [online] (1), pp.45-55. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/3196/3196.PDF>. Acedido a 17 de julho de 2021;

Michelline, È. (2005). A Crônica no Universo Jornalístico e Literário. *Contemporânea*, 4 (1), 104–117.

Yanes Mesa, R., 2004. *Géneros periodísticos y géneros anexos*. Madrid: Fragua, pp.44-63; 77-92; 113-169; 195-209;

Morais, R., & Sousa, J. (2012). Jornalismo regional e redes sociais: entre as novas oportunidades de participação e a apatia participativa?. *Cuadernos De Información*, (30), 21-30;

Morais, R., & Sousa, J. (2012a). Agenda dos Cidadãos: jornalismo e participação cívica nos media portuguesas. In J. Correia (Org.), *Ágora - Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidade* (pp. 111-127). Covilhã: Livros LabCom;

Parratt, S., 2008. *Géneros periodísticos en prensa*. Quito: Ediciones Ciespal, pp.111-155;

Paulino, S. (2018). *Jornalismo Local na Sociedade em Rede*. Trabalho de projeto de Mestrado em Jornalismo – Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa. 131 pp.;

Ribeiro, L., Pinto, M., & Sousa, H. (2012). O digital na informação de proximidade: um desafio transversal. In J. Correia (Org.), *Ágora - Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidade* (pp. 169-189). Covilhã: Livros LabCom;

Rodrigues, C. (2012). Jornalismo hiperlocal: sucessos e fracassos da informação de proximidade. In J. Correia (Org.), *Ágora - Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidade* (pp. 189-199). Covilhã: Livros LabCom;

Schmitz, A. (2011). *Classificação das fontes de notícias* [PDF] (pp. 1-22). Santa Catarina: LabCom – Universidade da Beira Interior. Retirado de: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/schmitz-aldo-classificacao-das-fontes-de-noticias.pdf>;

Universidade de Coimbra. *Prémio Adriano Lucas*. Acedido em 15 de março de 2021, em: https://www.uc.pt/premioadrianolucas/regulamento_1;

Vieira, S. (2014). *Jornalismo de proximidade e elites locais*. Dissertação de Mestrado em Jornalismo – Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa. 93 pp.;

Vizeu, A. (2002). *O Jornalismo e as "teorias intermediárias": cultura profissional, rotinas de trabalho, constrangimentos organizacionais e as perspectivas da Análise do discurso (AD)* [PDF] (pp. 1-11). Pernambuco: LabCom – Universidade da Beira Interior. Retirado de: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-jornalismo-teorias-intermediarias.pdf>;

Zanotti, C. (2010). Jornalismo colaborativo, gêneros jornalísticos e critérios de noticiabilidade. *Revista Comunicação Midiática*, (v.5, nº1), 28-41.

ANEXOS

Anexo 1

ESTE NATAL, AGRADECE A QUEM MERCÊ E MAIS GOSTAS... COM OS PRESENTES QUE TODOS DOSTAM. FNAC COIMBRA FORUM COIMBRA

Diário de Coimbra 90

Fundador Adriano Lucas (1883-1950) | Director "in memoriam" Adriano Lucas (1925-2010) | Director Adriano Calde Lucas

COVID-19: VACINA DEIXA DE PÉ ATRÁS MAIS DE UM TERÇO DOS PORTUGUESES

Segundo o Barómetro Eurosondagem, 37,3% dos portugueses não confia na vacinação para combater o novo coronavírus. **Página 20**

Ao frio e chuva à porta da Loja do Cidadão

Michaela encontra em Coimbra condições para uma vida com equilíbrio. **Página 2**

Diário de Coimbra 90

Fundador Adriano Lucas (1883-1950) | Director "in memoriam" Adriano Lucas (1925-2010) | Director Adriano Calde Lucas

AFONSO É O BEBÉ DE 2021 EM COIMBRA

Nasceu às 6h na Maternidade Daniel de Matos e vestiram-no de verde, do Sporting, da sua terra natal, da Freguesia, e de esperança num ano feliz. **Página 5**

Projecto "Samaritano" apoia quem sofre de doença mental

Região das Beiras | **Página 6**

Diário de Coimbra 90

Fundador Adriano Lucas (1883-1950) | Director "in memoriam" Adriano Lucas (1925-2010) | Director Adriano Calde Lucas

Trabalho de Filipa Carvalho na área da deficiência mental

Colectividade da Fontela não deixou passar o seu centenário. **Página da Paz | P. 10**

AMEAÇAM E AGRIDEM DOIS INDIVÍDUOS PARA OS ROUBAR

Cinco arguêdos vão ser julgados no Tribunal de Coimbra por coacção e roubo agravado. Factos remontam a Maio de 2019 e ocorreram na zona da Coelhada, em Coimbra. **Página 3**

Diário de Coimbra 90

Fundador Adriano Lucas (1883-1950) | Director "in memoriam" Adriano Lucas (1925-2010) | Director Adriano Calde Lucas

COMERCIANTE DA BAIXA DIZEM À PSP ONDE ACTUAR

A Agência para a Promoção da Baixa de Coimbra reuniu com o novo comandante da 2.ª Esquadra da PSP de Coimbra e transmitiu-lhe vários problemas registados pelos lojistas, identificando, rua a rua, todos os problemas. **Página 6**

Gonçalo Bandeira foi segundo na Taça do Mundo

O piloto lousanense foi oitavo, na sua terra natal, o 2.º classificado na derradeira prova da Taça do Mundo de Downhill na categoria de juniores. **Página 21**

Anexo 4

Diário de Coimbra

SEGUNDA-FEIRA | 19 OUT 2020 | 11

Histórias de sustentabilidade ambiental na Mealhada

Todos os dias do mês de Outubro, das 9h00 às 17h00, são contadas histórias sobre sustentabilidade ambiental às crianças, no Centro de Interpretação Ambiental da Mealhada. A iniciativa é livre mas sujeita a marcação pelo telefone 231 205 389.

Região das Beiras

Jovem estudante de Montemor quer ser “Miss Queen Portugal”

Concurso de beleza Ester Oliveira, estudante da Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra, quer representar o distrito de Coimbra num concurso de beleza nacional

Ana João Mamede

Ester Oliveira tem 20 anos, é de Montemor-o-Velho e pretende representar Coimbra, no concurso de beleza nacional “Miss Queen Portugal”.

Apesar de ser modelo desde os quatro anos e de já ter realizado vários trabalhos, este é o primeiro concurso de beleza em que participa. Abordada pela organização da competição para participar a estudante de Ciências Farmacéuticas da Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra (FFUC) candidatou-se porque o concurso representa e defende valores que vão além das caras bonitas e da beleza convencional.

«É mais do que apenas um concurso de beleza. Tenta abordar temas importantes, que muitas vezes são esquecidos pela sociedade, nomeadamente sensibilização ambiental, feminismo, empoderamento feminino... Eu sou escuteira já há 12 anos, esses temas sempre estiveram presentes na minha vida, por isso decidi candidatar-me, porque senti que podia dar voz e ser a cara de temas com os quais eu própria me identifico», declara.



Ester Oliveira apela ao voto através do 760 459 219

Organização para conciliar actividades

Sendo estudante do terceiro ano de licenciatura de Ciências Farmacéuticas da FFUC, Ester afirma que apesar de ser complicado conciliar a paixão da moda com os estudos e os escuteiros, com organização é possível. «Os estudos sempre foram a minha prioridade, contudo eu sou da opinião de que quando somos organizados e dedicados conseguimos fazer tudo e ter tempo para tudo, por mais actividades que possamos ter, apesar de por vezes ser complicado e de haver semanas em que tenho mais trabalho por causa dos escuteiros e também por me estar a candidatar a uma equipa de animação relacionada com isso e futuramente ir ter acções de voluntariado e serviço, é possível, atira.»

“Miss Queen Portugal” é o concurso de eleição oficial da “Miss de Portugal” e das representantes portuguesas, para algumas das maiores competições internacionais de beleza em todo o globo, realizando-se no nosso país desde 2013.

A defesa ambiental é o “legado principal” do concurso, contudo o mesmo estende-se a questões sociais e de saúde. A vencedora não só é coroada “Miss Earth Portugal”, representando o país, no concurso “Miss Earth”, uma das três maiores competições de beleza do mundo que colabora directamente com o Departamento Ambiental das Nações Unidas, como também terá a oportunidade de colaborar em diversos projectos, onde representará Portugal, em vários concursos internacionais de beleza.

Ester Oliveira quer ser a próxima “Miss Coimbra 2020” e quem sabe ganhar o título oficial de “Miss Queen Portugal”. «Para já, estou a concorrer directamente com mais quatro meninas. Se tenho hipóteses de ganhar? Não sei, mas vou dar o meu melhor, vou ser a Ester. Vou dar sempre o melhor e vou

ser sempre a melhor versão de mim mesma. O público, também, pode votar em mim através do 760 459 219», diz a estudante.

A eleição oficial da representante do distrito, “Miss Coimbra 2020”, será no dia 24 de Outubro, na Quinta do Mourão, em Tentugal. Existem ainda mais duas categorias, a “Miss Fotogenia” e a “Miss Popular”, contudo esses títulos não permitem passar à final.

Ester Oliveira diz que quer ser a “cara” de temas com os quais se identifica, como o ambiente e o feminismo

O concurso divide-se em fase distrital e fase nacional. A fase distrital inclui um evento em que é escolhida a vencedora distrital. A “Miss Coimbra 2020” irá à fase nacional com as “Misses” dos restantes distritos, Açores, Madeira e comandados portugueses existentes noutros países, mais três candidatas nacionais escolhidas através de votos telefónicos. Na fase nacional é eleita a “Miss Queen Portugal”.

Anexo 5

Elisabete Jacinto partilhou experiências dos ralis

FLUC «A prioridade no meio do deserto não é tomar banho, é beber água». A frase é de Elisabete Jacinto, que foi a principal oradora na cerimónia de abertura do Departamento de Geografia e Turismo, que decorreu ontem, na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra (FLUC).

A intitulada “rainha do deserto automóvel”, também formada em Geografia, partilhou



Elisabete Jacinto entrou na conferência via Zoom

a sua experiência profissional e pessoal, levando a audiência a «fazer» o rali África Eco Race 2019 – substituto do Rali Dakar –, onde foi a vencedora na categoria de camiões.

Através de fotografias, o público foi transportado, desde o Mónaco até Dakar, vendo paisagens únicas do deserto e ouvindo relatos, em primeira mão, das dificuldades e desafios que os participantes do rali

vivem ao longo da competição. «O grande desafio é chegar ao fim. Não é ser conhecida, é atingir a meta. É uma prova de resiliência. É perceber a capacidade de sobrevivência, de resolver os problemas e de encontrar as soluções», revela Elisabete Jacinto.

Descrita pelo director do Departamento de Geografia e Turismo, Lúcio José Cunha, como uma verdadeira inspiração para toda uma geração de mulheres, Elisabete Jacinto, declara que o rali é um estilo de vida duro e que é preciso aprender a priorizar o que é essencial. Ana João Mamede

Anexo 6

À porta da Loja do Cidadão espera-se horas ao frio e à chuva

Queixas Cidadãos reclamam da falta de condições e pedem às autoridades para que coloquem, pelo menos, um toldo para se protegerem enquanto esperam para serem atendidos.



A chuva que está a ser mais sentida quase diariamente, aumentou a fila de quem espera horas na loja

Ana João Mamede
Alguns obrigados a esperar no frio e chuva, até mais de um minuto a ser atendido, é esta a situação que se vive na Loja do Cidadão, em Coimbra. Há de mais alguns dos voluntários de pessoas que aguardam esta semana na loja para serem atendidos na Loja do Cidadão, em Coimbra.
As situações não são novas. São já várias as pessoas a queixarem-se, ao Diário de Coimbra, de condições que impedem de ir à loja para serem atendidos. Há quem diga que as condições são tão ruins que não vale a pena ir, pois a espera é longa e a chuva é muito forte. Há quem diga que as condições são tão ruins que não vale a pena ir, pois a espera é longa e a chuva é muito forte.

Dezenas de pessoas esperam de pé, ao frio e à chuva, para serem atendidas na Loja do Cidadão
Tal como Maria Florence, mais de 30 pessoas esperam de pé na loja para serem atendidas. Há quem diga que as condições são tão ruins que não vale a pena ir, pois a espera é longa e a chuva é muito forte.

Cidadãos pedem medidas
As más condições de espera na loja do Cidadão, em Coimbra, são tão ruins que não vale a pena ir, pois a espera é longa e a chuva é muito forte. Há quem diga que as condições são tão ruins que não vale a pena ir, pois a espera é longa e a chuva é muito forte.

Tatiana Eduardo uma das pessoas que espera na loja do Cidadão, em Coimbra, para ser atendida. Ela diz que a espera é longa e a chuva é muito forte. Há quem diga que as condições são tão ruins que não vale a pena ir, pois a espera é longa e a chuva é muito forte.

Anexo 7

Diário de Coimbra

Prémio distingue investigadora da UC pela "originalidade"

Deficiência Trabalho de Filipa Carvalho, da Faculdade de Medicina, sobre sexualidade na deficiência mental distinguido na 1.ª edição do prémio da Humanitas

Ana João Mamede
Filipa Carvalho, investigadora na Universidade de Coimbra, ganhou um prémio de reconhecimento a propósito do seu trabalho de investigação sobre a sexualidade na deficiência mental. O prémio foi atribuído pela Humanitas - Federação Portuguesa de Deficientes Mentais, durante a sua 1.ª edição. A investigação tem como objetivo estudar a sexualidade na deficiência mental e os direitos humanos das pessoas com deficiência.
A investigadora Filipa Carvalho desenvolveu este projeto durante o seu mestrado em psicologia, tendo sido orientada pelo professor Doutor António Costa. O trabalho foi desenvolvido em Portugal e Espanha, com o apoio de algumas instituições locais e internacionais.



Filipa Carvalho é investigadora da Universidade de Coimbra

sexualidade e esta população, quando se referem a esta deficiência, costumam ser vistas como pessoas com deficiência mental. A pesquisa sobre a sexualidade na deficiência mental é importante porque já é deficiência. Portanto, é muito importante que se saiba o suficiente sobre o tema para se poder fazer o melhor possível, sempre, no âmbito de Coimbra, Filipa Carvalho.
Investigação pretende compreender de que forma a sexualidade é violada pela deficiência mental
O trabalho de investigação, que tem como objetivo estudar a sexualidade na deficiência mental, é muito importante porque já é deficiência. Portanto, é muito importante que se saiba o suficiente sobre o tema para se poder fazer o melhor possível, sempre, no âmbito de Coimbra, Filipa Carvalho.

A investigação de Filipa Carvalho desenvolveu este projeto durante o seu mestrado em psicologia, tendo sido orientada pelo professor Doutor António Costa. O trabalho foi desenvolvido em Portugal e Espanha, com o apoio de algumas instituições locais e internacionais.

A investigadora da Faculdade de Medicina da Universidade de Coimbra afirma, ainda que apesar dos desafios, o trabalho foi muito importante e que ela espera poder continuar a trabalhar neste campo de investigação.