



Bárbara Filipa Carneiro Melo

JORNALISMO DE PROXIMIDADE

O Porto Canal no contexto da televisão de proximidade
em Portugal

**Relatório de Estágio do Mestrado em Jornalismo e Comunicação,
orientado pelo Professor Doutor Sílvio Correia Santos, apresentado ao
Departamento de Filosofia, Comunicação e Informação da Faculdade de
Letras da Universidade de Coimbra**

Setembro de 2023

FACULDADE DE LETRAS

JORNALISMO DE PROXIMIDADE O PORTO CANAL NO CONTEXTO DA TELEVISÃO DE PROXIMIDADE EM PORTUGAL

Ficha Técnica

Tipo de trabalho	Relatório de Estágio
Título	Jornalismo de Proximidade
Subtítulo	O Porto Canal no contexto da televisão de proximidade em Portugal
Autor/a	Bárbara Filipa Carneiro Melo
Orientador/a(s)	Sílvio Correia Santos
Júri	Presidente: Doutora Maria Clara Moreira de Almeida Santos
	Vogais: 1. Doutora Inês de Oliveira Castilho e Albuquerque Amaral 2. Doutor Sílvio Manuel Rodrigues Correia dos Santos
Identificação do Curso	2º Ciclo em Mestrado de Jornalismo e Comunicação
Área científica	Jornalismo e Comunicação
Data da defesa	30 de outubro de 2023
Classificação do Relatório	11 valores
Classificação do Estágio e do Relatório	13 valores
Ano	2023

*Em memória de António Barbosa,
o realizador de todos os sonhos.*

Agradecimentos

Ainda me custa a crer que este percurso está a chegar ao fim. Quem me acompanhou ao longo destes últimos anos, sabe como foi difícil, confuso e, atrevo-me a dizer, aventureiro todo este caminho.

Há uns tempos, o Padre Antonino partilhou connosco uma frase que dizia: “o sucesso é o fracasso virado do avesso”. Fiz teatro musical toda a minha vida, mas não sou atriz. Cresci nos palcos a dançar, mas não sou bailarina. Sou licenciada em Direito, mas não sou advogada. Hoje, sei que sou o conjunto de todas estas decisões que me tornaram a mulher que sou e me deram a certeza da profissional que quero vir a ser.

Assim, estou grata pela pequena Bárbara que, apaixonada por Ballet, aprendeu a ser versátil com o Dancehall; que se aventurou no Teatro Musical e aprendeu a comunicar e a ter mais empatia, reencarnando personagens com características e realidades tão distintas; que optou por Línguas e Humanidades, ao invés do curso profissional de teatro; que conheceu novos amigos e deixou outros tantos para trás. Sou grata por todas as escolhas que me trouxeram até às pessoas que me acompanham e às quais não posso deixar de expressar o meu profundo agradecimento.

Eu não sei ser sem os amigos de longa data, que se sentam comigo no escuro, quando parece não haver luz - a Sofia, que me ensina a viver com leveza e amor; o Nuno, o amigo leal com a melhor gargalhada; e a Daniela, que me motiva todos os dias a ser mais e melhor. A eles agradeço-lhes o companheirismo e a amizade ao longo de todos estes anos.

Agradeço, de coração, a Deus que me juntou ao Renato, à Inês, à Mariana e ao Rui, que me ensinaram que os amigos não se medem aos anos, e ao Centro Dehoniano, principalmente ao Padre Pedro, ao Padre Antonino e ao Padre Humberto, que me dão esperança em uma Igreja mais Humana, e me dão sempre a oportunidade de ouvir o meu coração e recomeçar.

Ao Pedro, o professor que se tornou família, que me acolhe e acredita em mim, principalmente quando eu não acredito.

À Gabi e ao André que tantas vezes me deram a mão e não me deixaram desistir.

À Betinha, à Joana e ao Miguel, que se mantêm perto, a celebrar cada conquista.

E, claro, à minha família. Aqueles que eu sei que, aconteça o que acontecer, e faça eu o que fizer, vão sempre amar-me. Obrigada aos meus pais por apoiarem todas as decisões, com o único desejo de que seja feliz. Ao meu irmão, que é a festa e energia em pessoa e que cuida sempre de mim. À minha avó Isaura, à minha irmã e à minha prima Beatriz.

A todos vocês, obrigada por serem colo.

Obrigada também ao Porto Canal, pela oportunidade de realizar este estágio e pela a equipa maravilhosa que tanto me ensinou ao longo destes três meses. À Rafaela e à Ana, colegas de estágio que se tornaram amigas. À Rute Marinho e ao Ricardo Amorim, os meus mentores, que acreditaram nas minhas capacidades e me fizeram chegar mais longe. E à nossa orientadora Vanda Balieiro.

Finalmente, o meu sincero agradecimento à Farol de Ideias, especificamente ao Daniel Deusdado e à Arminda Deusdado, que me deu a oportunidade de iniciar a minha carreira com uma equipa tão talentosa e exigente. É um orgulho imenso fazer parte desta produtora e, ainda que tenha sido uma aventura escrever este relatório, ao mesmo tempo que trabalho na Farol de Ideias, é a Farol que me tem permitido explorar todas estas competências que adquiri ao longo dos anos, acreditando que sou capaz de crescer e aprender ainda mais.

Nota Prévia

Levei algum tempo a conseguir iniciar este relatório de estágio. O que é que eu posso escrever, que já não tenha sido estudado? O que é que eu posso fazer de diferente? Foram, talvez, as perguntas que mais vezes fiz na minha vida.

Certamente, não será muito diferente, mas este relatório e, concretamente, o estágio no Porto Canal, demonstra muito daquilo que sou.

Ambiciosa e com uma enorme vontade de fazer diferente licenciiei-me em Direito. Mais madura e consciente de que a vida é uma passagem, e deve ser vivida ao máximo e com gosto, decidi tirar o meu mestrado em Comunicação e Jornalismo na Universidade de Coimbra.

Há dois anos, quando me inscrevi no Mestrado de Comunicação e Jornalismo, sabia que Jornalismo não era uma opção. Acreditava que eu não seria uma boa jornalista e que comunicação, mais especificamente, a área de entretenimento em televisão e rádio, era verdadeiramente uma paixão.

A verdade é que nunca soube o que é ter uma só paixão. Admiro tanto as pessoas que nascem com um dom. Um dom que os faz ser únicos e especiais. A minha irmã, por exemplo, nasceu com o dom da ginástica. Os seus olhos brilham tanto quanto os cristais dos seus fatos. O Miguel é, como o Daniel costuma dizer, o “atleta de alta competição das filmagens”. Tem uma sensibilidade com o mundo como eu nunca vi. Capta o melhor e o mais sincero de cada um, através da sua teleobjetiva. E, estou a crer, que o amor da vida do meu pai é a sua bicicleta amarela.

Não sei se me faltou a paixão ou se gosto de explorar áreas que desconheço ou não domino tanto, mas, no ano passado, acabei por optar por um estágio de jornalismo. Talvez não venha a ser jornalista, mas sei que ser estagiária de jornalismo por três meses, abriu-me portas para o mundo, permitiu-me arriscar e fazer coisas que não acreditava ser capaz.

E, assim, nasceu uma nova paixão...

RESUMO

Ainda que o jornalismo tenha mudado muito nos últimos anos, continua a desempenhar um papel fundamental na sociedade, com vista a garantir o acesso à informação, permitindo aos cidadãos participarem ativamente na vida política e tomarem decisões informadas, fundamentais para ajudar a construir uma sociedade mais justa e inclusiva.

O seguinte relatório de estágio estuda o jornalismo, com especial foco no jornalismo de proximidade, enquanto promotor de uma região, distinguindo o conceito de jornalismo regional e jornalismo local. Refletindo sobre os desafios do jornalismo regional e local, este relatório procura possíveis soluções e identifica as principais vantagens do jornalismo de proximidade, uma vez que a proximidade que o jornalista tem com o local da notícia reforça a veracidade da mesma, e isso permite aos cidadãos conectarem-se com os profissionais e as localidades.

Uma vez que o estágio curricular ocorreu numa estação televisiva regional, desenvolvemos o tema do jornalismo televisivo de proximidade em Portugal, através da análise do contexto em torno da televisão regional. Apresentando, também, desta forma, os desafios que tanto a televisão local como a regional têm enfrentado nos últimos anos.

Numa época em que as notícias surgem a uma velocidade nunca antes vista, o jornalismo regional e local vê-se obrigado a adaptar-se e a arranjar novas formas de atuar e divulgar a informação para evitar a sua extinção. Assim, este relatório menciona as diversas plataformas que têm vindo a ser criadas, nos últimos anos, que dão visibilidade aos canais numa era digital.

Por fim, estudamos a história relativa ao Porto Canal e apresentamos a experiência do estágio curricular nas instalações do centro de produção do canal, na sede de Matosinhos em Senhora da Hora.

Palavras chave: Jornalismo de proximidade; Jornalismo regional e local; Porto Canal; telejornalismo; descentralização; regionalização

ABSTRACT

Although journalism has changed a lot in the last few years, it continues to play an important role in society with a purpose to ensure access to information, allowing citizens to actively participate in political life and make informed decisions, fundamental to help build a more fair and inclusive society.

The following internship report studies journalism, with a special focus on proximity journalism as promoter of a region, distinguishing the concept of regional journalism and local journalism. Reflecting on the challenges of regional and local journalism, this report looks for viable solutions and identifies the main advantages of proximity journalism, since the journalist's proximity to the location of the news reinforces its veracity, which allows citizens to connect with professionals and localities.

Since the internship took place at a regional television station, we developed the theme of proximity television journalism in Portugal by analysing the context surrounding regional television. In this way, we also present the challenges that both local and regional televisions have faced in the last few years.

At a time when news are issued at an unprecedented speed, regional and local journalism is forced to adapt and find new ways of acting and disseminating information in order to avoid extinction. This report therefore mentions the multiple platforms that have been created in the latest years to give channels visibility in a digital age.

Finally, we study the history of Porto Canal and present the experience of the curricular internship at the channel's production center in the Matosinhos headquarters in Senhora da Hora.

Keywords: Proximity journalism; Regional and local journalism; Porto Canal; television journalism; decentralization; regionalization

ÍNDICE

Introdução	10
Cap. I - O Jornalismo	12
A evolução do jornalismo	12
O papel do jornalismo e a prática jornalística	13
Cap. II - O Jornalismo de Proximidade	14
O jornalismo regional e local	16
O papel do jornalismo de proximidade	19
Vantagens do jornalismo de proximidade	21
Desafios do jornalismo de proximidade	22
A proximidade	24
A carência de recursos.....	26
Era digital	27
A seleção do conteúdo noticioso	29
Respostas aos desafios que o jornalismo de proximidade apresenta	30
CAP. III Jornalismo televisivo de proximidade em Portugal	31
Os desafios da televisão local e regional.....	33
A televisão e os meios de comunicação digitais	34
Critérios de noticiabilidade no contexto de jornalismo televisivo de proximidade	35
CAP. IV - O Porto Canal.....	38
Cap. V - Estágio curricular no Porto Canal	46
O entusiasmo do arranque	47
Os primeiros desafios.....	49
A produção de conteúdos noticiosos.....	50
Mudança de rumo	51
Conclusão	53

Introdução

O jornalismo continua a desempenhar um papel fundamental na sociedade, responsável pela manutenção da democracia e proteção dos direitos e liberdades individuais. Com vista a garantir o acesso à informação, o jornalismo, preciso e claro, tem uma responsabilidade social importante, que permite às pessoas participarem ativamente na vida política e tomarem decisões informadas, fundamentais para ajudar a construir uma sociedade mais justa e inclusiva.

A proximidade é um importante fator no que toca à escolha de conteúdos jornalísticos, uma vez que a proximidade está relacionada com um sentimento de pertença a uma comunidade. Assim, e dado que os meios de comunicação local e regional têm um papel decisivo em várias áreas de interesse público, relacionadas com o dia a dia da sociedade, considero importante estudar o jornalismo de proximidade, assim como os seus desafios.

Numa era digital, como a dos dias de hoje, os jornalistas são obrigados a adaptar-se a um número de utilizadores cada vez maior e a uma partilha de notícias cada vez mais rápida. No entanto, ainda que estes meios regionais criem mais *websites* para os diversos meios de comunicação, adaptando-se assim a um ambiente digital, continuam a ter como público alvo a população da sua região, optando por transmitir notícias tendo em conta o espaço geográfico.

São estas notícias que, muitas vezes, salvaguardam identidades regionais e locais. Isto porque são notícias que nem sempre chegam aos grandes canais generalistas. E assim, os meios de comunicação sociais, regionais e locais permitem a pequenas comunidades e culturas afirmarem-se e fortalecerem-se.

O jornalismo de proximidade também sensibiliza a comunidade a participar ativamente na vida política, encorajando os cidadãos a lutarem pelos seus direitos e deveres. Além disso, estudamos como a proximidade que o jornalista tem com o local da notícia reforça a veracidade da mesma, o que permite aos cidadãos conectarem-se com os profissionais e as localidades.

O presente relatório de estágio estuda o caso do Porto Canal, no contexto da televisão de proximidade em Portugal e pretende descrever as atividades que realizadas no estágio curricular, reforçando o seu valor formativo.

No primeiro capítulo, abordamos, de forma introdutória, o jornalismo enquanto serviço público e a sua função de noticiar o que é relevante para a vida das pessoas, dando especial foco à evolução e ao papel do jornalismo na compreensão e construção da realidade.

No segundo capítulo, falamos especificamente do jornalismo de proximidade. Estudamos o seu conceito que, de acordo com diversos autores, não é fácil de definir, dado que pode estar relacionado tanto com o território, como o local de publicação, a comunidade a que se destina, ou os conteúdos que partilha. Mencionamos também os diversos fatores que criam um sentimento de pertença a uma comunidade e estudamos detalhadamente o jornalismo regional e local, nomeadamente o seu papel na comunicação social. Além disso, apresentamos as vantagens do jornalismo regional e local, assim como os seus desafios – a própria proximidade; a carência de recursos; a internet; a má gestão e seleção de conteúdos noticiosos, entre outros -, apresentando também possíveis respostas a estes desafios.

O capítulo três, por sua vez, aborda o jornalismo televisivo de proximidade em Portugal, sendo necessário analisar, para a sua compreensão, o contexto em torno da televisão regional. Definimos a televisão de proximidade como aquela que emite conteúdos produzidos dentro de determinada comunidade e a ela relativos (COELHO, 2005), sendo que entre a televisão e os seus destinatários se estabelece um pacto comunicacional (COELHO, 2007) - conceitos que são desenvolvidos no referido capítulo. Além do mais, são mencionados também os desafios que a televisão local e regional tem enfrentado nos últimos tempos.

Finalmente, no quarto capítulo, falamos sobre o Porto Canal e a sua história e no último capítulo de toda a experiência do estágio curricular nas instalações do centro de produção do canal, na sede de Matosinhos.

Cap. I - O Jornalismo

A evolução do jornalismo

O jornalismo, tal como hoje o conhecemos, tem novas formas de organização e produção de conteúdos essenciais para a sua profissionalização. O professor Carlos Camponez, na sua tese de doutoramento, refere que, de facto, há muito tempo que o jornalismo deixou de ser um mero mediador e um prolongamento das discussões públicas, e passou a ser uma atividade profissionalizada, à medida que os interesses económicos assumiram uma maior importância e a imprensa passou a exigir mais investimentos. Além disso, o autor refere ainda que a emergência do mercado da publicidade e o desenvolvimento tecnológico, permitiu retirar as empresas jornalísticas da dependência dos financiamentos políticos (CAMPONEZ, 2009).

No séc. XIX, surgem novas técnicas de produção, que possibilitaram transformações estruturais na organização do jornalismo (CAMPONEZ, 2009). E assim, surgiram também novas técnicas retóricas, como o caso da pirâmide invertida, que responde às principais perguntas: quem?, o quê?, quando?, onde? e porquê?. Por norma, as respostas a estas perguntas estão presentes no *lead*, o primeiro parágrafo de uma notícia jornalística. É uma forma de antecipar o desenvolvimento dos factos noticiosos, de forma sucinta, que convida o leitor a percorrer a sequência da reportagem até ao fim.

Foi, precisamente, a partir do séc. XIX que o jornalismo passou, então, a ser visto como auxiliar na construção da realidade e a reproduzir factos importantes do quotidiano, essencial na difusão cultural entre indivíduos, dando, assim, início ao desenvolvimento dos meios de comunicação em massa (GHIZZONI, 2012).

Aos poucos, os jornais tornaram-se capazes de alcançar centenas de milhares de leitores diariamente. Paralelamente, enquanto a circulação de notícias aumentava, a quantidade de veículos impressos diminuiu e ocorreu, assim, a “globalização da comunicação” (THOMPSON, 1998, apud Manuela Ghizzoni, p.141, 2012).

No séc. XX, o jornalismo mudou para sempre a sua estrutura organizacional. Tornou-se num campo socioprofissional cada vez mais autónomo, devido ao

aparecimento e “desenvolvimento dos media, à sua crescente comercialização, ao aumento do número dos jornalistas que tiram da sua profissão a sua principal fonte de rendimentos e à crescente divisão do trabalho resultante da especialização nas redações” (CAMPONEZ, 2009, p.127).

As constantes inovações tecnológicas alteraram também a disseminação da informação, que passou a percorrer o mundo a uma velocidade nunca antes vista. Desta forma, a sociedade passou a depender dos meios de comunicação para compreender os acontecimentos, o que trouxe uma discussão sobre a influência dos *media* na construção da realidade (GHIZZONI, 2012).

O papel do jornalismo e a prática jornalística

O jornalismo assume um papel fulcral na compreensão e construção da realidade, já que este é o responsável por “recolher os acontecimentos e atribuir-lhes sentido” (GHIZZONI, 2012, p. 7).

A função primordial do jornalismo é informar, dar algo a conhecer ao público. No entanto, é importante esclarecer o que deve ou não ser notícia, tendo em conta a sua relevância jornalística.

O jornalismo lida com diversas questões e “a notícia é fruto de condicionantes pessoais, sociais, ideológicas, culturais e históricas, do meio físico em que é produzida e dos dispositivos tecnológicos que afetam a sua produção” (SOUSA, 2002, p. 15). Assim, o jornalismo, deve estabelecer critérios para que as notícias sejam verdadeiras, neutras e imparciais.

Assim sendo, o jornalista deve seguir um caminho ético, transparente, comprometido com a democracia e com os cidadãos, de maneira a que estes tenham sempre acesso a informação confiável. Uma vez que o jornalista é responsável por captar a essência do acontecimento e aquilo que este tem de mais relevante para o público, o seu trabalho de investigação é fundamental para a apuração da notícia.

Em suma, a prática jornalística, deverá apresentar informações diferenciadas e concretas, e não apenas apresentar superficialmente os factos, para que o público possa refletir e interpretar as notícias criticamente (GHIZZONI, 2012).

Cap. II - O Jornalismo de Proximidade

O jornalismo pode ser divulgado em diversos veículos de informação: jornal impresso, telejornal, *webjornal*, radiojornalismo, revistas, agências de notícias, entre outros *media* e canais. Estes veículos são considerados meios de comunicação e a sua escolha depende de diversos fatores, sendo um deles a proximidade.

Quando falamos de jornalismo de proximidade, partimos do princípio de que é estabelecida uma relação de proximidade entre o meio de comunicação e o público alvo da informação produzida. Assim, para que o público se familiarize com a notícia, esta deve ser relevante.

A definição de jornalismo de proximidade não é tão simples como parece, uma vez que levanta várias questões. A proximidade pode estar relacionada com o território, o local de publicação, a comunidade a que se destina ou com os próprios conteúdos.

Moragas, afirma que os meios de comunicação social de proximidade são:

todos os que se dirigem a uma comunidade humana de tamanho médio ou pequeno, delimitada territorialmente, com conteúdos relativos à sua experiência quotidiana, às suas preocupações e aos seus problemas, ao seu património linguístico, artístico e cultural e à sua memória histórica (MORAGAS, cit in Coelho, 2005, p.154).

Jorge Pedro de Sousa, por sua vez, define o jornalismo de proximidade como uma comunidade que se torna vizinha através dos meios de comunicação que lhe são próximos (SOUSA, 2002, p.4). O autor identifica, assim, três conceitos que definem o jornalismo de proximidade:

1. **comunidade**, ou seja, um conjunto de pessoas em contacto próximo, com fatores em comum, como valores, língua e modo de vida.

2. **vizinhança**, um conceito que se relaciona com a proximidade que existe dentro de uma comunidade e a interação que existe entre elas.
3. **território**, - o denominador comum a todos os meios de comunicação de proximidade – a comunicação de proximidade desenvolve-se “*através de meios de comunicação que são próximos das pessoas que os usam*” (SOUSA, 2002, p. 4-5).

Os dois autores defendem, deste modo, a existência de uma comunidade, delimitada pelo mesmo território, com um interesse comum nos conteúdos divulgados pelos meios de comunicação.

Na mesma linha de pensamento, também a autora Luísa Teresa Ribeiro defende que a afinidade cultural e a comunhão de interesses são exemplos de importantes fatores para conjugar ao factor geográfico. O “território” deixa de ser meramente espacial e pode ser “de base cultural, ideológica, idiomática, de circulação da informação”, de “familiaridades no campo das identidades histórico-culturais (língua, tradições, religião)”, e de “proximidade de interesses” (PERUZZO, 2005, p.10).

Carlos Camponez (2002, p. 36) menciona também num dos seus artigos as diferentes formas de entender a proximidade, identificadas pelos autores Yves Agnès e Jean-Michel Croissandeau;

1. **proximidade física e geográfica :**

pode funcionar numa lógica de criação de interesses e de fragmentação de públicos. Por isso, é também explorada em estratégias comerciais visando franjas de mercado ou as potencialidades dos denominados mercados de confiança, através de técnicas como o geomarketing, entre outras, que incluem a utilização dos órgãos de comunicação social regional e local.

(Carlos Camponez, 2002 p. 36)

2. **proximidade temporal:** “estrutura não só o ciclo comercial das notícias, como determina a própria noção de atualidade” (p. 36)
3. **proximidade psicoafectiva:** “possibilita ainda a criação de alguns conteúdos e modelos comunicacionais mais ou menos “intimistas”, apelando aos aspetos mais emocionais” (p. 36)

4. e proximidades socioprofissionais e socioculturais

De acordo com o autor, “a proximidade pode ser geradora do que denominamos por comunidades de lugar. O conceito reporta-se a uma proximidade situada localmente, num espaço e num tempo territorialmente identificados” (CAMPONEZ, 2002, p. 36).

Resumidamente, o jornalismo de proximidade relaciona-se, naturalmente, com o espaço geográfico e/ou com diversos fatores que criam um sentimento de pertença a uma comunidade - fatores como língua, cultura, valores, etc.

Em contrapartida, Carlos Chaparro é um autor que, por sua vez, questiona o jornalismo de proximidade, que considera não existir. Isto porque defende que a proximidade é essencial e inevitável em todo o jornalismo. Defende, portanto, que para a noticiabilidade de qualquer acontecimento é necessária proximidade, não apenas física, mas também abstrata em relação ao universo de interesses das pessoas e dos grupos sociais (*apud* CAMPONEZ, 2012, p.38-39).

O jornalismo regional e local

O jornalismo de proximidade é um conceito por si só “excessivamente escorregadio no âmbito do jornalismo” e é essencial que se delimite com maior rigor enquanto valor informativo, ético e deontológico (CAMPONEZ, 2002, p.36). Este é, muitas vezes, um conceito associado ao jornalismo regional e local, pela natureza do conceito. No entanto, são conceções distintas.

O conceito de jornalismo regional e local é difícil de definir com um conceito cientificamente firme (FERREIRA, 2005). No entanto, podemos afirmar que o jornalismo de proximidade pode partir de diferentes perspetivas, enquanto que o jornalismo regional e local, retrata a realidade de uma determinada região e visa fortalecer a sua identidade e imagem, assim como, impulsionar o seu desenvolvimento. Contudo, essa familiaridade com a região, é, naturalmente, também, jornalismo de proximidade, uma vez que trabalha a informação de proximidade.

O artigo 1º do Estatuto da Imprensa Regional - Decreto-Lei nº 106/88, de 31 de março - define imprensa regional como:

todas as publicações periódicas de informação geral, conformes à Lei de Imprensa, que se destinem predominantemente às respectivas 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 política a elas respeitantes e não estejam dependentes, diretamente ou por interposta pessoa, de qualquer poder político, inclusive o autárquico.

Apesar desta definição, os autores consideram conceitos difíceis de descrever.

Segundo o autor Pedro Coelho (2005), os meios de comunicação social regionais e locais são assumidos como meios de comunicação de jornalismo de proximidade, uma vez que os conteúdos emitidos são de proximidade. Tal como Beatriz Dornelles (2010), que afirma que os meios de comunicação locais tratam da informação que diz respeito ao território onde se inserem. Assim sendo, o território influencia a divulgação da imprensa local, reduzindo-a a uma escala mais restrita e comunitária, onde os cidadãos desse mesmo território se interessam pela informação que esses meios de comunicação produzem porque existe um “território de pertença e de identidade”, que delimita a informação local (DORNELLES, 2010, p.37).

Assim, também os meios de comunicação locais e regionais delimitados por um território produzem informação que se destina a essa comunidade definida - João Carlos Correia (1998) afirma que “os media portugueses são geralmente consumidos pelos públicos das regiões aos quais se referem as notícias, havendo por isso uma comunhão de saberes partilhada em grande parte pelos produtores das notícias e pelos seus públicos”.

Pedro Coelho reforça a missão que os meios de comunicação social de proximidade, nomeadamente local e regional, têm em reforçar e refletir a identidade coletiva da região. O que permitirá dar a conhecer a região às restantes comunidades, promovendo o seu desenvolvimento, “uma vez que nenhuma comunidade poderá evoluir fechada sobre si própria” (COELHO, 2005, p. 156).

Juan Mercadé vai mais longe e identifica o jornalismo regional e local como aquele que tem “publicações periódicas que se editam e distribuem nos municípios e núcleos urbanos que têm identidade própria e cujo conteúdo informativo responde a temas que afetam diretamente a vida municipal”, suprimindo assim os grandes meios de

comunicação (MERCADÉ, 1997, p.59). O autor defende ainda a importância do caráter geográfico para definir os meios de comunicação local e acrescenta outros critérios para a delimitação e formação dos conteúdos locais e regionais, tais como:

a vocação, a intencionalidade, os conteúdos, a percepção sobre o leitor (...) as relações com as instituições e organismos locais e regionais mais diretas, de caráter permanente e num grau maior de intensidade, comparativamente aos jornais que se encontram, administrativa, política e economicamente a um nível de desenvolvimento maior (MERCADÉ, 1997 apud Dornelles, 2010, p.239).

Por sua vez, Cicilia Peruzzo defende que o território é um critério ultrapassado enquanto determinante daquilo que é local, regional ou nacional. A autora defende que o território “pode ser de base cultural, ideológica, idiomática, de circulação da informação, etc.” (PERUZZO, 2005, p.45). As identidades histórico-culturais, como a língua, as tradições, os valores e a religião, são dimensões de familiaridade tão importantes como a identidade territorial, assim como a proximidade de interesses (ideológicos, políticos, de segurança ou crenças), pois “são elementos propiciadores de elos culturais e laços comunitários que a simples delimitação geográfica não pode ser capaz de conter” (2005, p.74).

Esta definição, que defende que o território não deve ser um critério para distinguir conceitos, pode causar confusão entre o jornalismo de proximidade e o jornalismo de proximidade regional e local. No entanto, entendemos que, ainda que não seja apenas o território que delimita a região, os restantes critérios mencionados são elementos relativos a essa mesma região ou localidade. É o sentimento de pertença a essa comunidade que torna os conteúdos dos meios de comunicação de jornalismo de proximidade de interesse comum. E no caso de conteúdos relevantes para um determinada região, falamos de jornalismo de proximidade regional.

Em suma, independentemente daquela que é para cada um a melhor delimitação do conceito, o jornalismo regional e local é jornalismo de proximidade, tendo como determinante o fator geográfico. Mas, como já foi mencionado, existem outros elementos que caracterizam o jornalismo de proximidade.

O papel do jornalismo de proximidade

A comunicação social, tal como defende Pedro Brinca, “não pode assumir um papel de mero observador da realidade, relatando-a de forma passiva”, mas antes interferir com ela e posicionar-se como um agente de mudança da sociedade (PEDRO BRINCA, 2006, p.32).

O autor defende também que os jornais regionais e locais podem e devem, ainda mais, participar ativamente no desenvolvimento daquela região, organizando, por exemplo, debates, conferências, seminários, eventos culturais, apoiando iniciativas e divulgando projetos, livros, instituições e diversas potencialidades da região. O papel da imprensa local e regional é precisamente o de “desenvolver um trabalho com verdadeira utilidade à região onde atua” (PEDRO BRINCA, 2006, p.32).

Sendo parte do espaço público regional, os meios de comunicação regional devem registar os problemas da sociedade, e que dizem respeito à vida de cada cidadão, e procurar uma solução para os mesmos.

Assim, a proximidade gera “comunidades de lugar”, uma “proximidade situada localmente, num espaço e num tempo territorialmente identificados”. E “esta proximidade da comunidade de lugar, criada na partilha de valores e de um território é também geradora de formas comunicacionais características de que a imprensa regional é um exemplo” (CAMPONEZ, 2002, p. 35 -36).

Os meios de comunicação de proximidade criam um laço com as pessoas, as suas tradições e culturas. Desta forma, criam às pessoas “um espaço que lhes é familiar, com o qual se identificam, onde os acontecimentos noticiados lhes dizem diretamente respeito” e onde existe “uma relação de identificação entre a comunidade e os acontecimentos” (CAMPONEZ, 2002, p.35- 36), e não apenas uma demarcação geográfica (PERUZZO, 2005).

Paulo Ferreira defende que o jornalismo regional e local “deve ter como objetivo primeiro a recolha, tratamento e divulgação de factos noticiosos que ocorrem na sua área de implantação, seja ele concelhia, distrital ou regional” (FERREIRA, 2005, p. 850).

O jornalismo de proximidade é também encarado como um espaço alternativo de comunicação, uma vez que a proximidade que o caracteriza funciona como um instrumento de mediação, que permite amplificar a discussão com os destinatários (COELHO, 2005).

Juan Mercadé defende que a comunidade espera do jornalismo de proximidade “um jornalismo de serviço direto, próximo, utilitário e comprometido; de conteúdos que valorizem e realcem o modesto e quotidiano” (MERCADÉ, 1997, p.62).

Recorremos, assim, aos meios de comunicação nacionais, quando queremos ter conhecimento do que está a acontecer no nosso país. Porém, quando queremos saber algo específico da cidade onde vivemos, recorremos a um meio de comunicação local. Desta forma, e tal como defende Beatriz Donelles (2010), um meio de comunicação local deve refletir sobre quais as notícias que dizem respeito à área geográfica na qual estão inseridos.

João Carlos Correia defende também que “os meios regionais podem comportar um movimento dirigido em dois sentidos. Por um lado, são a instância de reforço da identidade das comunidades com que se relacionam. Por outro lado, são espaços de uma potencial abertura ao mundo” (1998, p.157).

Luís Bonixe defende que os meios de comunicação social de âmbito regional e local encontram na proximidade a sua principal missão. E, por isso, estes meios devem dar voz aos acontecimentos locais. É a informação destes acontecimentos, que tantas vezes não são reportados em grandes meios de comunicação, que interessam às comunidades locais, às entidades, aos grupos de interesse e às empresas que têm raízes nesse mesmo território.

Na mesma linha de pensamento, Manuel Fernández Area (1995) considera o trabalho do jornalismo regional e local mais humano e social em comparação ao jornalismo nacional, uma vez que se dirige a públicos específicos e mais reduzidos e estabelecem uma relação de proximidade.

Num contexto cada vez mais globalizado, a proximidade com a notícia é um fator de diferenciação e uma das maiores vantagens, comparando com os meios de comunicação nacional. Sendo o jornalismo de proximidade uma das mais antigas

noções de jornalismo, ao longo dos tempos, tem vindo, naturalmente, a enfrentar alguns desafios.

Vantagens do jornalismo de proximidade

Antes de mencionarmos os desafios do jornalismo de proximidade, apresentamos as suas vantagens. A função comunitária é um dos grandes trunfos do jornalismo de proximidade. O leitor sente-se parte da comunidade e sente-se capaz de refletir criticamente sobre os problemas ao seu redor, o que possibilita que exerça um papel na construção social da realidade (GHIZZONI, 2012). Os meios de comunicação procuram criar uma relação de proximidade com os cidadãos, tornando-os capazes de se aproximarem entre si e de participarem ativamente na sociedade.

Em Portugal, o jornalismo regional e local está muito presente em distritos fora dos grandes centros e chega até a ser, muitas das vezes, a única fonte de informação para a população do interior, tendo uma função diferente de uma fonte de âmbito nacional. Nenhum outro meio de âmbito nacional protege a tradição e identidade de uma cultura, como o jornalismo regional. Isto porque, “relata acontecimentos ocorridos à porta de casa dos quais nenhum órgão nacional faz referência e contribui para a identidade e desenvolvimento local” (JESUS, A.C. 2020, p. 32).

A contribuição que o jornalismo de proximidade tem em aproximar pessoas é também evidente no que toca aos emigrantes, que se mantêm a par com tudo o que se passa na sua comunidade, muitas vezes através destes meios de comunicação.

Assim, é compreensível que “a característica mais marcante do jornalismo no interior talvez seja a da proximidade” (ISABELLE DE MELO, 2007¹), uma vez que o jornalista que trabalha no interior tem uma maior facilidade em conhecer e interagir

¹ Informação retirada em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/um-jornalismo-de-proximidade/>

com as pessoas. Isto porque, “ao contrário do profissional da capital, conhece algo a mais, sobre as pessoas que descreve” (ISABELLE DE MELO, 2007²),.

Naturalmente, os telejornais nacionais também transmitem notícias regionais, mas o meio de comunicação dessa mesma região dá mais importância, devido à proximidade com o acontecimento, logo reporta também a notícia de uma forma mais profunda e mais completa.

Ainda assim, o jornalismo, e essencialmente o jornalismo de proximidade, tem passado por diversos desafios. Desafios que, no caso do jornalismo regional e local, colocam em causa a sua sobrevivência.

Desafios do jornalismo de proximidade³

O jornalismo tem vindo a conhecer diversos desafios e, principalmente, o jornalismo regional e local tem sentido alguma dificuldade em sobreviver, numa época em que as notícias correm a uma velocidade nunca antes vista.

Jorge Pedro Sousa (2002, p.2) critica como “os jornais nascem e morrem sem que deles se dê conta, (...) rádios e televisões nascem sem audiência e rapidamente vão à falência”. Segundo o autor, isto ocorre devido à falta de informação e de estudos dos media regionais e locais, mas existem outros fatores que têm posto em causa o jornalismo de proximidade.

Ao longo dos últimos anos, muitos autores têm vindo a apontar estes fatores que põem em causa o jornalismo de proximidade, discutindo possíveis soluções.

Paulo Faustino, por exemplo, aponta como causas que têm inibido a afirmação do jornalismo regional: a falta de estudos sobre o jornalismo regional; a excessiva personalização dos projetos; a inexistência de competências de gestão e de visão empresarial; a falta de recursos para desenvolver uma estratégia a prazo; a limitação dos mercados regionais; a atitude paternalista do Estado; a incapacidade de comunicar

² Informação retirada em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/um-jornalismo-de-proximidade/>

³ Neste subcapítulo, procuramos apresentar os desafios do jornalismo de proximidade de uma forma geral, desenvolvendo, de seguida, cada um.

e vender o produto ao mercado; a dispersão e fragmentação dos títulos locais e regionais; a concertação do investimento publicitário na televisão e a falta de uma cultura de hábitos de leitura de jornais. (FAUSTINO, 2005, p.28 -29).

Também o autor Pedro Coelho refere que este conjunto de fatores negativos tem vindo a deixar o jornalismo regional em Portugal “anacrónico, pesado e ineficaz” (COELHO, 2005, p.161). Além de criticar a falta de qualificação profissional dos jornalistas, defende que o jornalismo deve apostar na profissionalização dos jornalistas, através de formação académica específica; aponta a excessiva dependência do jornal face ao poder político, aos empresários locais e às elites locais e acusa estes media de servirem ao “caciquismo”; defende que devem ser criadas empresas jornalísticas que funcionem com critérios transparentes, com vista a definir o papel do poder político e dos seus representantes; e aponta também os baixos salários, a precariedade laboral, e a fragilidade e a escassez do mercado publicitário, como fatores negativos do jornalismo regional. O autor critica ainda a excessiva dependência das fontes e a inexistência de uma prática que promova a investigação, defendendo que o jornalismo regional e local deve redefinir os conteúdos através da imposição de valor notícia, do pacto de proximidade para com os destinatários, sem esquecer dos princípios do jornalismo e a redefinição do papel do Estado (2005).

Um estudo feito pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) de 2010, concluiu que existe uma fraca aposta na publicidade e restantes opções de receitas; dificuldade em controlar as tiragens; desigualdade no acesso às fontes de informação, face aos meios nacionais; dependência económica dos jornais; pouca organização e baixo nível de profissionalização dos jornalistas; baixo índice de leitura das regiões interiores do país; perda de assinantes; má distribuição e pequeno impacto na vida política, económica, social e cultural (Bárbara Mendes, apud ERC, 2010). Apesar deste estudo ser de 2010, são problemáticas que perduram no tempo e que os meios de comunicação devem procurar combater.

Com vista à superação destes desafios, João Carlos Correia, em 1998, (assim como o autor Pedro Coelho) defendia que o jornalismo regional precisava de novos profissionais, que ambicionem um jornalismo de qualidade. Além disso, o autor defendia ainda que devia existir uma reordenação económica. Estratégias que se mantêm atuais. (CORREIA, 1998).

A proximidade

A proximidade é “uma das características essenciais da informação jornalística, no sentido em que aquela informação fornece pontos de referência sobre algo que está próximo no espaço e no tempo” (Walter Benjamim, 1982, p.34). Contudo, a proximidade com o acontecimento não é suficiente para a seleção de determinado conteúdo noticioso. Isto porque o jornalismo deve também ter em conta a questão do “valor-notícia”, saber qual acontecimento tem importância para ser notícia, tal como discutimos no início deste relatório⁴. Assim, o jornal deve avaliar aquilo que é importante para a comunidade e procurar fazê-lo com rigor e confirmar os factos.

É certo que a relação íntima da imprensa regional com a comunidade ajuda na promoção do jornal enquanto espaço de criação e na exploração das suas opiniões. Porém, a introdução destes espaços opinativos nos jornais, que dão voz às elites da região, não justifica a falta de profissionais especializados nos mesmos (CORREIA, 1998), nem a falta de objetividade e imparcialidade dos factos (COSTA, 2017).

Sara Vieira (2014) aponta a relação dos meios de comunicação regionais e locais com as elites dominantes locais como o grande desafio da imprensa regional, uma vez que estes meios dependem das mesmas e isso põe, muitas vezes, em causa a sua sobrevivência. A autora defende que os jornalistas e os órgãos de comunicação devem ter a capacidade de harmonizar o pacto comunicacional com o “desenvolvimento da região sem deixarem de assumir as suas responsabilidades éticas” (VIEIRA, 2014, p.51).

A autora também reforça que o jornalista não deve ser parcial, nem se deixar levar pelo peso das elites que moldam determinada região, ainda que tenha em vista o seu desenvolvimento, tendo o jornalista de agir em conformidade com o rigor da sua profissão. Recorda também que as elites mantêm uma relação próxima com os meios de comunicação para reforçar o seu poder e “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).

⁴ CAP. I – “O jornalismo”

Esta relação com as elites, é também, em contrapartida, o que permite, muitas vezes, ao jornalista conviver mais com os seus representantes em ocasiões informais, o que facilita o acesso a informações privilegiadas (VIEIRA, 2014). Sara Vieira alerta, ainda assim, para a influência invisível que está refletida na forma como os próprios meios de comunicação social gerem e influenciam os conteúdos informativos publicados (2014).

Ricardo Costa alerta, da mesma forma, para uma “demasiada proximidade”, no sentido em que, numa comunidade pequena, pode haver uma maior probabilidade de os cidadãos e os jornalistas se conhecerem. E o facto de o jornalista escrever sobre alguém que conhece, pode perturbar a discussão aberta e desinibida - “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).

Luís Bonixe (2017) também refere a proximidade em si como um dos desafios dos meios de comunicação locais, por não se desvincularem da sua missão enquanto promotores de conhecimento sobre a comunidade mais próxima, ou seja, detêm uma relação apenas com aquilo que lhes é próximo localmente - “quando procuramos entender o seu papel dos meios de comunicação local e regional, torna-se impossível não refletir sobre a relação estreita que o conceito assume com o local e com a comunidade” (BONIXE, 2017, p.47). E isso, torna o seu espaço de ação limitado, visto estar comprometido ao:

espaço geográfico, que é também o lugar de produção e de cobertura dos acontecimentos; ao espaço de circulação do impresso; aos conteúdos locais; à informação disponível; ao interesse do público local e, especialmente, à economia da região por onde circula (BEATRIZ DORNELLES, 2010, p. 238)

Na mesma linha de pensamento, João Correia considera que a excessiva proximidade entre o jornal, televisão ou rádio e o seu público influencia, inevitavelmente, a produção informativa, tendo em conta a forma como o meio de comunicação sente a vivência quotidiana da comunidade (CORREIA, 1998). O mesmo já não acontece com meios de comunicação nacionais, idealmente imparciais, que transmitem informação estereotipada. Assim, o autor considera que quanto maior for a proximidade, maior é a probabilidade de o cidadão ter voz no meio de

comunicação local e maior é o risco da informação que é transmitida à população ser “contaminada”.

Também Carlos Camponez defende que, ainda que os meios de comunicação de proximidade sejam interventivos no jornalismo de causas, devem ter em conta as consequências que daí podem surgir. Isto porque poderá levar a um “jornalismo propagandístico” que é incompatível com o ideal de informação pública. Desta maneira, o autor defende a importância da relação de proximidade com a comunidade, mas alerta para o facto dessa mesma ligação não poder deixar de lado a objetividade do jornalismo (CAMPONEZ, 2012).

A carência de recursos

No primeiro capítulo deste relatório, referimos como o jornalismo tornou-se num campo socioprofissional cada vez mais autónomo. No entanto, no que toca aos media regionais, falamos de uma autonomia frágil e, muitas vezes, dependente de outras organizações.

O jornalismo nacional alcança, naturalmente, mais público e, conseqüentemente, são meios de comunicação mais lucrativos, com maior projeção. Em contrapartida, o jornalismo regional não tem o mesmo alcance. Tal como afirma Correia, o jornalismo nacional conseguiu ultrapassar as barreiras da industrialização e modernizar os seus jornais, enquanto uma grande parte do jornalismo regional estagnou na era pré-industrial.

A carência de recursos dos media regionais leva a que nas redações de informação haja rotinas de produção limitadas, o que prejudica a produção de notícias. E esta é também uma das principais causas para a falta de profissionais e, conseqüentemente, para o “jornalismo de secretária” que referimos anteriormente. Os jornalistas limitam-se a reproduzir as notícias que chegam às redações ou que já foram publicadas por outros meios de comunicação, em vez de irem para o terreno.

A carência de recursos é, provavelmente, a principal causa para todos os outros problemas associados ao jornalismo regional, que coloca em causa a evolução dos meios regionais e locais. A incapacidade de manter um corpo de profissionais,

leva alguns jornais a reproduzir notícias e comunicados de imprensa, em vez de colocarem jornalistas no terreno.

O estudo anteriormente referido da ERC, em 2010, conclui que os muitos meios de comunicação são dependentes economicamente dos órgãos antárticos das regiões, considerando que “as autarquias são, nessa medida, apresentadas como grandes meios de pressão sobre o livre exercício do jornalismo, particularmente nos concelhos mais pequenos, nos quais a imprensa fica mais vulnerável face ao poder público autárquico” (Bárbara Mendes, apud ERC, 2010, p. 109).

Carlos Camponez salienta que a fragilidade económica da imprensa regional e local em Portugal resulta da falta de apoio do Estado, que reduziu significativamente o número de títulos apoiados pelo porte-pago, entre 1999 e 2013, que contribuiu para a desestruturação do modelo de negócio, onde o Estado estava encarregado de fazer a distribuição do conteúdo regional e local por via postal (CAMPONEZ, 2017). O número de publicações apoiadas pelo porte-pago diminuiu significativamente, resultando numa “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, p.22).

Era digital

O livre e crescente acesso à informação, levou o público a desvalorizar o valor da notícia (CAMPONEZ, 2017), que passou a acreditar que pagar para ter acesso à informação não é uma necessidade como antes. Tal como defende Carlos Camponez, é necessário a valorização do jornalismo regional e local que se destina a públicos mais definidos, para combater o desinteresse que tem vindo a aumentar.

É também importante definir uma estratégia para a presença online do meio de comunicação social. Pedro Jerónimo explica como, em 2012, a maioria das publicações eram somente uma transcrição dos conteúdos do papel para os sites online e para as redes sociais. Além disso, alerta para a necessidade de existirem jornalistas totalmente dedicados à gestão das redes sociais, que hoje já existe, mas em 2012 não.

Atualmente, existem vários projetos de comunicação somente digitais. O Porto Canal, por exemplo, tem um departamento de informação dedicado ao digital e jornalistas que, ainda que eventualmente possam também juntar-se à equipa de redação do canal de televisão para algumas peças extras, estão dedicados a 100% ao site online. Um departamento que funciona quase como se fosse um meio de comunicação à parte da redação. Os jornalistas saem e escrevem as reportagens, tal como é feito para a televisão, mas é editado para os sites online e para as redes sociais. E isso dá, naturalmente, aos canais regionais e locais muita visibilidade.

No entanto, nem todos os meios de comunicação funcionam assim. Existem muitos órgãos de comunicação que não atualizam os seus perfis digitais, por falta de jornalistas, que deixam de lado a Internet, não por não reconhecerem a sua potencialidade, principalmente no acesso às fontes de informação, mas por estarem focados no jornalismo televisivo, radiofónico ou impresso.

A Internet nas redações exige mais competências aos jornalistas. São obrigados a ser multifacetados, capazes de intervir em diferentes áreas (RICARDO COSTA, 2017). O jornalista, que seleciona os factos e os acontecimentos noticiosos, deve escrevê-los com rapidez, e muitas vezes, nas imprensas regionais e locais, são responsáveis pela produção e edição das reportagens. Ricardo Costa relembra que a versatilidade dos jornalistas, poderá sobrecarregar o seu trabalho e prejudicar o trabalho final (2017).

A sobrecarga do trabalho do jornalista não é uma realidade nova, mas é mais visível nos dias de hoje. Sara Vieira (2014) considera que a velocidade da informação, retira ao jornalista a capacidade de refletir e de analisar os conteúdos informativos (VIEIRA, 2014).

A introdução da Internet nas redações foi também um desafio para a imprensa regional e local, devido ao fim do porte-pago no país, referido anteriormente, declarado pelo governo, uma vez que a imprensa podia criar conteúdos online (SÓNIA PAULINO, 2018).

Atualmente, a Internet é uma fonte consolidada de conteúdos de informação, que exigiu transformações nos media e novas estratégias de produção de conteúdos e que, ainda tem pouco aproveitamento, tendo em conta as suas potencialidades

(JERÓNIMO E BASTOS, 2012).

A era digital apresenta, assim, diversos desafios económicos, profissionais e narrativos à imprensa regional e local, ainda que “a cultura do jornalismo tradicional prevaleça e molde as rotinas de produção online” (JERÓNIMO, 2015, p. 41). Assim sendo, é fulcral a imprensa regional e local procurarem estratégias de maneira a tirar o melhor proveito da Internet.

A seleção do conteúdo noticioso

Numa era digital, assistimos a uma maior quantidade de informação, mas importa-nos avaliar a sua qualidade. Pedro Brinca alerta para o facto de cada vez mais assistirmos a uma participação ativa dos cidadãos, que nem sempre tem em vista informar, mas, sim opinar. O autor defende que todos poderem fazer-se ouvir é um sinal de democracia, mas questiona o que ganhará a democracia com o “ruído de todos a falarem”.

Já em 2002, Pedro Brinca alertava para o facto de haver “*jornais que funcionam sem ter um único jornalista*”, que apenas copiam notícias de outros jornais. O autor defende que os jornalistas estão, cada vez mais, a trabalhar contra si, com base num “*jornalismo sentado*” ou exclusivamente frente ao ecrã de computador, tornando-se “*meros porta-vozes das agências de comunicação*” (p. 33). Também Jerónimo (2015) acusa as redações de uma prática de jornalismo “sedentária”, noticiando os comunicados que lhes chegam. Além disso, segundo o autor, o jornalista acumula várias funções, não apenas de um jornalista, devido à falta de profissionais. Assim, o jornalista, nos meios regionais, é também o editor, designer, revisor, etc. E isso faz com que não tenha tempo para reportagens e entrevistas. Passam grande parte do seu tempo nos escritórios, enquanto os produtores deveriam de estar na rua, a saber, em primeira mão, o que se passa na comunidade (JERÓNIMO 2015).

Respostas aos desafios que o jornalismo de proximidade apresenta

São desafios que precisam, urgentemente, de soluções. Paulo Faustino, em 2005, defendeu uma maior autonomia dos meios de comunicação regionais, que deveriam “se assumir definitivamente como empresas inseridas num contexto de mercado e não apenas dependentes de atitudes paternalistas e de apoios do Estado” (Faustino, 2005, p. 28). Segundo este autor, só assim poderão competir com os meios de comunicação nacional e gerar riqueza, continuando a cumprir as suas funções culturais, formativas e informativas.

Os meios de comunicação de proximidade devem, assim, renovar a sua mentalidade e adotar novas práticas laborais para impulsionar o seu negócio, tais como: uma melhor gestão dos recursos humanos; mais rigor na gestão e aplicação das receitas e despesas; uma melhor estrutura técnica organizacional e comercial; clarificação e definição dos mercados de produto; mais ambição e espírito empresarial; e aperfeiçoamento do design e da estética do produto (Faustino, 2005).

García também se pronuncia sobre algumas formas do jornalismo de proximidade responder aos atuais desafios, defendendo que, os meios de comunicação de proximidade devem “*rever as velhas estratégias para enterrar as rotinas profissionais que conduziram o jornalismo ao empobrecimento*” (García, 2013, p.204).

Assim, para que os meios de comunicação social de proximidade superem estes desafios, é necessário – (1) promover a qualidade de informação, ou seja, reconhecer o valor noticioso de cada acontecimento; (2) promover a criatividade e aproveitar as potencialidades da Internet; (3) desenvolver as empresas e contratar mais profissionais (jornalistas, designers, entre outros) que tornem os jornais locais mais fortes, com maior qualidade informativa e visual e que melhorem a sua gestão, para que estes não sejam apenas “*projetos pessoais de escassos recursos*”; (4) “*salvaguardar a independência face aos poderes político e religioso*”⁵; (5) e arranjar diferentes formas de atrair leitores, gerar receitas e captar publicidade. (SOUSA, 2002, p.17).

⁵ Segundo o autor, a independência é um meio para atrair mais leitores, mais vendas e mais publicidade.

CAP. III Jornalismo televisivo de proximidade em Portugal

De forma a compreender o papel do jornalismo de proximidade é necessário analisar o contexto em torno da televisão regional.

A televisão regional é aquela que transmite informações e conteúdos produzidos dentro de determinada comunidade e a ela referentes. Estabelece-se, assim, um pacto comunicacional entre os meios de comunicação regional e os seus destinatários, com vista ao desenvolvimento da comunidade.

Um pacto comunicacional é, então, um acordo entre o meio de comunicação e a comunidade, que *“assenta a sua base na vontade comum de progresso e desenvolvimento da comunidade”* (COELHO, 2007, p.321). Deste modo, os conteúdos produzidos pelos canais de proximidade devem promover a participação da comunidade nos debates e discussões motivados pela emissão dos conteúdos (COELHO, 2007).

Carlos Camponez (2002, p. 103) realça a importância de existir este pacto, uma vez que é nele que *“se frutifica ou fracassa, se diversifica ou homogeneiza a comunicação”*. Assim, é essencial que os órgãos de comunicação social se esforcem para conquistar e manter o laço de proximidade entre as pessoas, as tradições e a cultura do meio em que a informação é produzida. E esse laço mantém-se através da informação do canal, que deve afetar diretamente a comunidade, e do facto de o canal abrir portas para a cultura de diversos meios.

A televisão é um meio de comunicação, que visa informar, formar e entreter (SOUSA, 2006) e é, desde o século passado, o meio de comunicação *“mais presente na vida das pessoas”* (LOPES, 2008, p.103). Segundo Jorge Pedro Sousa, a sua principal característica é a omnipresença. O autor defende que a televisão produz efeitos no destinatário, na medida em que molda o seu conhecimento e integra novos referentes sobre o mundo, as coisas e as pessoas (Sousa, 2006).

As características da televisão que a fazem ser tão central no espaço público são, segundo Felisbela Lopes (2008), a acessibilidade; a programação contínua e a oferta diversificada e próxima do quotidiano. Além disso, no universo da televisão

regional, o serviço que esta presta para a comunidade em que se insere, é um aspeto relevante e diferenciador.

O universo da televisão regional é difícil de definir, e para isso, é necessário compreender o termo “região” (CRUZ, apud MARÇOLLA & OLIVEIRA, 2007).

Apesar de ser uma tarefa complicada (BAZI, 2007), os autores tentam definir região, como um espaço delimitado geograficamente pelas emissoras de televisão, diverso a nível cultural e onde os diferentes agentes disputam alianças de poder e procuram atribuir-lhe identidade (BARBALHO, 2004, p.156). Por sua vez, Pedro Coelho afirma que a região é “muito mais do que um espaço físico comumente assinalado”, pois considera que a região é sobretudo a relação que existe com as pessoas, o sentimento de identidade que há com um lugar e/ou comunidade, e a construção social, que tem como base a comunicação entre os diversos atores sociais que ocupam o território (COELHO, 2005, p.153).

Cidoval Sousa aponta cinco características para compreendermos o conceito de televisão regional:

empreendedores locais; autonomia em relação a grade de programação da rede a quem se afilia; liberdade de comercialização de espaços mediante uma tabela de preços definida em função das características regionais; investimento permanente na construção e consolidação de uma grade própria de programação; e liberdade de criação e construção de um jeito de fazer próprio, sem compromissos com os padrões técnicos e estratégicos pré-estabelecidos (Sousa, 2006 apud Correia, 2013, p.19).

Em suma, a televisão regional é “aquela que retransmite o seu sinal a uma determinada região e que tenha a sua programação voltada para ela mesma” (BAZI, 2007, p.321). Além disso “possibilita unir as pessoas dessa área, diminuindo as distâncias e aproximando culturas”, uma vez que divulga conteúdos e informações relativas à região, com os quais o público se identifica (BAZI, 2007, p.10).

Os desafios da televisão local e regional

Ainda que com meios reduzidos, a televisão regional é autónoma o suficiente para organizar a sua linha de produção de conteúdos e de programação. No entanto, é cada vez mais desafiante “conciliar a programação local com qualidade e conseguir sustentar os altos custos que acarreta”, tendo em conta os poucos recursos que dispõe (BAZI, 2007, p.8).

Bazi coloca em questão alguns aspetos que condicionam, a seu ver, as emissões regionais. Considera que as televisões regionais apenas cobrem a cidade mais importante da região, e isso gera algumas críticas. Além disso, não possuem equipas suficientes para cobrir todas as notícias, que, muitas vezes, são em lugares muito distantes e as despesas não se justificam (BAZI, 2007).

A televisão regional deve procurar sempre realizar conteúdos programáticos com qualidade e exibir a realidade social e cultural de uma região, mesmo naqueles sítios mais isolados, para que a televisão ganhe reconhecimento e notoriedade do público, o que contribui para a aquisição de novos recursos.

Tendo como principal função informar a comunidade acerca do quotidiano e consolidar e preservar a cultura regional, emitindo assuntos regionais com os quais o público se identifique (MORAGAS, 1996), o investimento do Estado em televisões regionais não deve existir apenas nas regiões mais ricas. Pedro Coelho (2005) defende que, ao contrário das regiões mais ricas, que podem apostar na criação de televisões, as regiões em desenvolvimento devem ter um investimento rentável na televisão de proximidade. Porém, o autor defende que este investimento, em Portugal, é um luxo, devido à “fragilidade dos mercados regionais, que impede a recuperação económica do investimento, afastando do setor igualmente os privados” (COELHO, 2005, p.172).

A cultura espalhada por todo o território é interminável e a televisão de proximidade tem ainda muito serviço para fazer, mas a baixa afluência dos telespectadores, que acompanham as emissões regionais, e os poucos recursos financeiros das mesmas, conduzirá, inevitavelmente, à sua extinção.

Deste modo, é fundamental refletir sobre os desafios que os canais regionais têm vindo a enfrentar e pensar em formas de se reaproximarem dos seus

telespectadores e atraí-los, uma vez que, cada vez mais, estes têm trocado os canais regionais para canais generalistas ou para a Internet.

A televisão e os meios de comunicação digitais

Para evitar a sua extinção, o jornalismo viu-se obrigado a adaptar-se e a arranjar novas formas de atuar e divulgar a informação. A era digital já não é recente e, nos últimos anos, as televisões regionais têm criado plataformas que dão visibilidade aos canais.

A Internet veio mudar o rumo do jornalismo e muitos autores consideram que traz um futuro incerto para o jornalismo impresso, radiofónico e televisivo. Desde que a Internet impôs-se na sociedade, o jornalismo, nomeadamente o jornalismo televisivo, teve de trabalhar para um novo meio que exigia hipertextualidade, interatividade e multimedialidade (LUÍSA RIBEIRO; MANUEL PINTO, HELENA SOUSA, 2012).

Assim, o jornalismo viu-se e vê-se cada vez mais obrigado a adaptar-se. Muitos canais televisivos criaram novos projetos editoriais, tomando atenção ao 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).

Pedro Jerónimo em *Ciberjornalismo de proximidade* (2015) explica como as rotinas jornalísticas são técnicas que se aprendem e como a tecnologia as transformam. Porém, as redações não se adaptaram todas da mesma forma. Aliás, Carlos Camponez (2017) defende que, nos dias de hoje, o conteúdo da mensagem já não é adaptado aos media, mas sim o oposto.

Tal como já foi mencionado, existe uma limitação de recursos que impede os meios de comunicação social de contratar mais jornalistas, principalmente nos meios de comunicação regional. Tendo em conta o número limitado de jornalistas, as empresas são obrigadas a escolher entre apostar no meio tradicional ou a Internet. Ou seja, “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).

A televisão sente, deste modo, necessidade de se adaptar aos novos tempos e passa a transmitir muitos dos seus conteúdos via Internet. Para além disso, surge também a televisão *via streaming* - transmissão digital de conteúdo televisivo por meio da Internet. Com a televisão via streaming, passa a ser possível assistir aos programas de televisão em tempo real num aparelho como o telemóvel, computador ou *tablet*, sendo apenas necessário estar ligado à Internet.

O desenvolvimento tecnológico traz consigo diversos benefícios, além da maior interatividade. O jornalismo regional via online requer, muitas vezes, menos recursos financeiros, o que simplifica a construção de peças televisivas e possibilita, desta forma, a digitalização de conteúdos e acelera a sua partilha. Além disso, as notícias chegam a mais pessoas, inclusive a comunidades emigradas, importante para “manter um vínculo afetivo e cultural contínuo com as suas regiões de origem” (FERNANDES, 2017, p.96).

O novo papel do jornalismo na Era Digital , especificamente de proximidade, cria um “espaço alternativo de prática de cidadania”, que ganha especial relevância no contexto da globalização (VERÍSSIMO, 2012, p.61).

Critérios de noticiabilidade no contexto de jornalismo televisivo de proximidade

Os critérios de noticiabilidade é o “conjunto de valores notícia que determinam se um acontecimento, ou um assunto, são suscetíveis de se tornar notícia, isto é, serem julgados como transformáveis em matéria noticiável, por isso, possuindo valor-notícia” (TRAQUINA, 2002, p.173). Para o Porto Canal, nem todas as notícias eram relevantes, mas era um processo de escolha rápido, uma vez que o canal tem os seus critérios bem definidos. A produção, tal como anteriormente mencionado, era responsável pela seleção das notícias, tendo em conta o conjunto de critérios de noticiabilidade, e tendo em consideração que notícias relacionadas com a “descentralização” e “regionalização” eram chave para esta estação televisiva.

Os critérios de noticiabilidade são apresentados por Nelson Tranquina, divididos por duas categorias: os valores notícia de seleção e os valores notícia de construção, subdividindo-os entre critérios substantivos e critérios contextuais (TRANQUINA, 2002).

No contexto de jornalismo televisivo de proximidade, como o do Porto Canal, os critérios mais adequados relacionam-se com: a **proximidade**, fundamental na cultura jornalística, sobretudo em termos geográficos e culturais (Tranquina, 2002); **significância**, acontecimentos relevantes para a comunidade e não apenas próximos, tendo em conta o impacto que terá no público e com a cultura (Galtung e Ruge, apud Tranquina, 2002); **personalização**, no sentido em que a notícia deve expor acontecimentos vistos como consequências das ações de determinado sujeito, ou seja, o acontecimento tem interesse por ter sido com uma determinada figura pública (Galtung e Ruge, apud Tranquina, 2002); **negatividade**, um critério que acompanha a seleção e produção de notícias desde sempre, uma vez que as notícias negativas são mais frequentes do que as positivas⁶; **frequência**, na medida em que “*quanto mais a frequência do acontecimento se assemelhar à frequência do meio noticioso, mais hipóteses existem dos acontecimentos serem registados como notícia por esse meio noticioso*” (Tranquina, 2002, p.179); **atualidade**, uma vez que as notícias devem ser o mais atuais possíveis, perdendo a sua relevância, à medida que o tempo vai passando; **imagem**, fundamental no jornalismo televisivo, já que é fundamental fornecer imagens significativas, que ilustrem o acontecimento; **disponibilidade**, pois deve ser possível a equipa cobrir o acontecimento, tendo em consideração os recursos humanos e técnicos das estações televisivas; **amplificação**, quanto mais amplificado for um acontecimento, maior é a probabilidade de se tornar notícia ; **clareza**, ou seja, que o seu entendimento seja claro e inequívoco (Galtung e Ruge, apud Tranquina, 2002); **consonância**, que se prende com a possibilidade de um acontecimento, isto é, um acontecimento que corresponda às expectativas já criadas pelos meios de

⁶ Galtung e Ruge justificam o negativismo do mundo jornalístico que é exibido nos ecrãs da televisão diariamente, uma vez que as notícias negativas satisfazem melhor o critério de frequência; são mais facilmente consensuais e inequívocas, no sentido em que haverá acordo acerca da interpretação do acontecimento como negativo; são mais consonantes com, pelo menos, algumas pré-imagens dominantes do nosso tempo; são mais inesperadas do que as positivas tanto no sentido de que os acontecimentos referidos são mais raros e menos previsíveis (apud Tranquina, 2002).

comunicação e não que os contradiga - “o acontecimento selecionado com uma pré-imagem mental em que o novo acontecimento é construído em função de uma velha narrativa que já existe”⁷ (Galtung e Ruge, apud Tranquina, 2002, p.180); e **notoriedade**, que se relaciona também com a personalização, mas não no sentido de justificar acontecimentos, mas sim de os tornar notícias, não pelo acontecimento em si, mas pelo lugar que a pessoa ocupa ou não na sociedade (Galtung e Ruge, apud Tranquina, 2002).

⁷ Ercson, Baranek e Chan (1987) dão o exemplo das manifestações, que se esperam violentas e os jornalistas, em vez de se focarem nos problemas em causa, focam-se nas pequenas lutas - o jornalista julga o acontecimento antes e produz uma notícia que torna o resultado previsível. Nelson Tranquina refere que o contexto da notícia deve ser conhecido, de maneira a corresponder às expectativas do receptor.

CAP. IV – O Porto Canal

O Porto Canal nasceu a 29 de setembro de 2006 e, inicialmente, foi um projeto de informação de interesse dedicado aos 14 concelhos que integram o Grande Porto, e que contou com a colaboração de várias empresas, autarquias e instituições da área metropolitana. Após uma breve pesquisa sobre a história do Porto Canal e de notícias (identificadas na Biografia deste relatório), confirmei com a equipa do Porto Canal a história deste projeto de informação televisiva.

Em 2001, cinco anos antes do Porto Canal, havia surgido um projeto com o objetivo de combater a concentração de produção de notícias na capital e assim descentralizar a produção de informação televisiva – a NTV (Porto TV, Informação e Multimédia S.A). Este canal “assumiu-se como um canal urbano a operar a partir da região Norte, com o objetivo de conquistar todo o país” (RTP Notícias, 15 de out. 2021). Por falta de recursos económicos, o projeto fracassou, tendo sido comprado pela RTP em 2004, que criou a RTPN (atual RTP Informação). Alguns dos elementos da antiga NTV não se conformaram e insistiram na ideia de criar um canal direcionado especialmente para a cobertura noticiosa da área Metropolitana do Porto. Juntamente com outros profissionais de comunicação social, Bruno Carvalho, ex-administrador e fundador da NTV, lançou o Porto Canal.

Recuperar a ideia de uma televisão direcionada para a Área Metropolitana do Porto (AMP), perdida com a venda da NTV à RTP, levou um grupo de pessoas ligadas à comunicação a lançar um novo canal. Chama-se Porto Canal e deverá ser lançado no primeiro trimestre de 2005. A iniciativa partiu de Bruno Carvalho, antigo administrador da NTV (...)

Jornal de Notícias, 27 de junho de 2004

Bruno Carvalho defendia que a NTV estava à altura das audiências da SIC Notícias e tinha como objetivo transformar o Porto Canal num dos canais por cabo mais visto em Portugal, pelo menos esse era o objetivo.

Em 2006, o canal apresentava, finalmente, condições para iniciar emissão e o Jornal de Notícias avançou com uma data de arranque do novo canal:

'O canal vai onde vai o Metro'. O canal é o Porto Canal, que arranca oficialmente no dia 23 de Junho - na simbólica véspera de S. João -, às 19 horas, na TV Cabo. (...) Neste momento, estão a ser estabelecidos protocolos com entidades, nomeadamente com universidades, no sentido de 'absorver pessoas para trabalhar no canal'. De resto, o próprio reitor da Universidade do Porto, Novais Barbosa, já foi nomeado presidente da Assembleia Geral da estação. 'É um acionista que muito nos honra e é um esteio de credibilização do projeto', sustenta o diretor. 'A curto prazo, poderão também ser estabelecidas parcerias com outros órgãos de informação no sentido de permutar conteúdos.'

Jornal de Notícias, 2 de fevereiro de 2006

O Porto Canal, nesta altura, não tinha, naturalmente, muitos recursos e para o arranque de emissão contou com a colaboração, tal como já foi mencionado, de diversas empresas, autarquias e outras entidades da área metropolitana do Porto, nomeadamente a Universidade do Porto. Além disso, quase todos os conteúdos do canal eram fornecidos por quatro produtoras da cidade – Filbox, OP, Farol de Ideias e a Media Luso, que garantiam cerca de 60% da estrutura financeira do Porto Canal.

Vanda Balieiro, atual Chefe de Redação do Porto Canal, e Daniel Deusdado, ex-consultor editorial da NTV e o primeiro responsável pela informação no Porto Canal, estiveram na origem do canal.

Daniel Deusdado, atual codiretor da Farol de Ideias, partilhou que este projeto tinha como grande aposta a informação de proximidade e como principal missão revelar a identidade das pessoas e da região. A Farol de Ideias saiu meses antes do lançamento do Porto Canal, pelo facto de os pressupostos financeiros da operação terem falhado e haver divergências quanto ao rumo do canal. Daniel Deusdado defendia um carácter mais noticioso do canal, enquanto que Bruno Carvalho defendia um carácter de entretenimento. Acrescenta ainda que o “Porto Canal poderia ter sido, em 2005, o que a CM TV veio a ser em 2011 – um canal ágil, em cima da atualidade, mas sem a procura do lado mais básico da informação” (Daniel Deusdado, 2023).

O canal foi evoluindo cada vez mais e, em 2010, alargou a sua área de intervenção a outras áreas territoriais do Norte. Hoje, com uma produção totalmente nacional, o Porto Canal produz e emite informação sobre o Norte e do Norte para todo o país, com uma grelha com 24 horas diárias de transmissão televisiva.

Iniciou as emissões a 29 de setembro de 2006, com sede na Senhora da Hora, em Matosinhos, com programas das diversas produtoras anteriormente mencionadas. Daniel Deusdado partilhou a primeira gralha do canal, que iria arrancar com os seguintes programas:

PRODUTORA	PROGRAMA	DURAÇÃO	PERIODICIDADE
------------------	-----------------	----------------	----------------------

FILBOX PROGRAMAS DE CASSETE

FILBOX	CAMA SUTRA	3	2ª A 6ª
FILBOX	ACONTECEU NO PORTO	5	SEMANAL
FILBOX	PORTUGAL RURAL	25	SEMANAL
FILBOX	OS KIKOKAS	5	2ª A 6ª
FILBOX	NÚMEROS & NEGÓCIOS	10	2ª A 6ª
FILBOX	TREINADORES DE BANCADA	10	2ª A 6ª
FILBOX	TRIPAS À MODA DO PORTO	25	SEMANAL
FILBOX	CLUBE DOS FAMOSOS	25	SEMANAL
FILBOX	PORTO DE ABRIGO	25	SEMANAL
FILBOX	BRINQUEDOS DE LUXO	25	SEMANAL
FILBOX	CAMPUS	50	SEMANAL

PROGRAMAS DE ESTÚDIO

FILBOX	GESTÃO DE TOPO	50	SEMANAL
FILBOX	A BOLA É REDONDA	50	SEMANAL
FILBOX	ÁLVARO COSTA LIVE SHOW	50 + 50	2ª A 6ª
FILBOX	CÂNDIDO LEITE NAITE XÔU	90	SEMANAL
FILBOX	VIZINHOS	25	2ª A 6ª

FAROL PROGRAMAS DE CASSETE

FAROL	VOLTAS PELA CIDADE	50	SEMANAL
FAROL	GRANDES CASOS	50	SEMANAL
FAROL	$e=mc^2$	25	SEMANAL
FAROL	AMADORES FC	25	SEMANAL
FAROL	POLÍCIAS	25	SEMANAL
FAROL	LEIXÕES CONNECTION	25	SEMANAL

PROGRAMAS DE ESTÚDIO

FAROL	DE OLHO NA CÂMARA	50	SEMANAL
FAROL	À CONVERSA COM RUI BAPTISTA	90	SEMANAL
FAROL	O QUE DISSE MARCELO	50	SEMANAL
FAROL	PRETO NO BRANCO	90	DIÁRIO
FAROL	ESPECIAL DEBATE	50	SEMANAL

MÉDIA LUSO PROGRAMAS DE CASSETE

MÉDIA LUSO	PEQUENOS MILAGRES	25	SEMANAL
MÉDIA LUSO	BOLSA DE EMPREGO	5	2ª A 6ª
MÉDIA LUSO	ÚLTIMA RONDA	25	SEMANAL
MÉDIA LUSO	CAIA QUEM CAIA	50	SEMANAL

PROGRAMAS DE ESTÚDIO

MÉDIA LUSO	SÓZINHA NA CIDADE	90	2ª A 6ª
MÉDIA LUSO	TAL COMO SOMOS	50	2ª A 6ª
MÉDIA LUSO	MARACANÃ	50	SEMANAL
MÉDIA LUSO	EM JOGO	30 + 30	SEMANAL
MÉDIA LUSO	DISCOTHEQUE	120	SEMANAL

HOP PROGRAMAS DE CASSETE

HOP	VENDE-SE	25	SEMANAL
HOP	ZAP TV	25	SEMANAL
HOP	TOP BURACOS	25	SEMANAL
HOP	OS NOSSOS CROMOS	25	SEMANAL
HOP	TRIBUNA LIVRE	25	2ª A 6ª
HOP	SUB-16	25	SEMANAL

PORTO CANAL PROGRAMAS DE CASSETE

PORTO CANAL	U-TV	120	SEMANAL
PORTO CANAL	CHELSEA TV - NOTÍCIAS	5	DIÁRIO

PROGRAMAS DE ESTÚDIO

PORTO CANAL	FALA QUEM SABE	50	SEMANAL
PORTO CANAL	CHELSEA TV - CONFERÊNCIA IMPRENSA	25	OCASIONAL
PORTO CANAL	TRÂNSITO EM DIRECTO	150	DIÁRIO

Primeira grelha de Produção do Porto Canal – Fig. 1

Além destes, tinham também em mente outros programas como:

ESQUINAS DO TEMPO

ANIVERSÁRIOS

BRIGADA DE TRÂNSITO

INFORMAÇÕES DO AEROPORTO

APONTAMENTOS DIÁRIOS

CLUBE DOS POETAS VIVOS

FORUM FC PORTO, BENFICA, SPORTING E
BOAVISTA

NECROLOGIA

Primeira grelha de Produção do Porto Canal – Fig. 2

Daniel Deusdado compara a primeira grelha de produção com a atual do Porto Canal e considera que a necessidade do canal responder ao protagonismo do FC Porto, acaba por não fixar nenhum dos seus auditórios.

Com o passar dos anos, o canal sofreu, naturalmente, diversas alterações. Muitos profissionais juntaram-se ao projeto, outros tantos seguiram diferentes rumos.

Em 2010, com vista a fazer crescer o canal e aumentar a área de cobertura noticiosa, o canal abriu delegações em Mirandela (região de Trás-os-Montes), Arcos de Valdevez (região de Alto Minho) e Penafiel (Vales de Sousa e Tâmega), o que assegurou a cobertura informativa de toda a região Norte de Portugal. Menos de um ano depois, o Porto Canal expandiu até Guimarães (que cobria todo o território do Vale do Ave), Braga (Vale do Cávado) e Vila Real (Região Demarcada do Douro).

O Porto Canal parecia estar a cumprir a sua missão de promover a região do Norte e dar voz aos territórios menos mediáticos e até a própria sede, em Matosinhos, teve reforço em Vila Nova de Gaia, Maia e Porto, que cobria toda a área metropolitana, noticiando assim acontecimentos de 16 municípios.

O ano de 2011 marca uma fase de grandes mudanças, que obrigaram o canal a remodelar as instalações na sede, a contratar mais profissionais, a alterar a grelha de programação e a dedicar-se ainda mais à região Norte. Para além disso, também os conteúdos do canal começam, finalmente, a ser maioritariamente produzidos nas suas delegações.

No entanto, a maior mudança foi em agosto de 2011, quando o canal passou a ser gerido pelo Futebol Clube do Porto, em parceria com a empresa espanhola Media Luso – com a opção de compra no final de dois anos. O sucesso deste processo terminou a 17 de julho de 2015. A associação do clube já tinha sido pensada e desejada desde a criação do canal e se, para uns, esta aliança é um marco que permitirá o canal crescer, para outros é o que o impede de cumprir a sua missão.

A partir deste momento, o canal passou a ter programas dedicados ao Futebol Clube do Porto e na data que comemorou 5 anos de emissão (29 de setembro de 2011), mudou novamente a grelha de programação, com uma marca presente do Futebol Clube do Porto. O Porto Canal passou assim a transmitir em direto alguns jogos do clube, das diversas modalidades e a retransmitir os jogos “em casa” do FCP, tendo sempre atenção aos acontecimentos na região Norte.

Em 2012, o canal cria, pela primeira vez, uma delegação fora da região do Norte, em Lisboa, com o objetivo de expandir e incluir alguma informação de âmbito nacional (Vanda Balieiro, 2023). Vanda Balieiro, atual chefe de redação do Porto Canal, referiu que o objetivo desta delegação não era cobrir os acontecimentos de Lisboa, mas sim informar sobre a atualidade política, estando, desta forma, próximos dos deputados que foram eleitos pelos círculos eleitorais do Norte.

Em 2013, o canal alargou-se para Aveiro e São João da Madeira, com vista a aproximar-se mais da estrutura dos canais generalistas portugueses de sinal aberto – RTP, SIC e TVI.

Surgiram, assim, em praticamente todas as zonas que o canal cobria, contratos e acordos com os municípios, que permitiram ao canal destacar permanentemente uma equipa, composta por um jornalista e um repórter de imagem, para o local onde é definida a sede da delegação.

Enquanto que a equipa devia cobrir obrigatoriamente um determinado número de acontecimentos nos vários municípios da Comunidade Intermunicipal por mês, estes acordos permitiram o canal expandir a sua área de cobertura sem necessitar de grandes investimentos financeiros, ainda que, para isso, tenha garantido o financiamento e o local para a delegação. Além disso, enriqueceu o canal com peças diárias produzidas nos diferentes municípios, tanto de teor cultural como de teor informativo.

Nasce uma nova era para o Porto Canal em 2016, que surge renovado, quer a nível qualitativo, quer a nível tecnológico. A estação televisiva apostou em novos programas, tanto de entretenimento, como de informação e desporto, uma vez que o upgrade tecnológico teve um impacto muito positivo na qualidade do som e imagem (HDTV), ampliando, desta forma, o horário de emissão.

O Porto Canal, ainda que ambicioso, tem, assim como toda a equipa, muito presente a importância da proximidade com a região. Conscientes de que estão longe de atingir as audiências dos canais generalistas, têm como objetivo, dar sempre mais sobre a região, que um canal generalista não é capaz de dar (Vanda Balieiro, 2023).

Atualmente, podemos dizer que o Porto Canal é um canal de televisão regionalista, com foco em diversas áreas, que abrange todas as matérias: informação, desporto e entretenimento, com quase 100% de produção própria.

Em 2023, possui dois estúdios. Grande parte dos programas de informação são produzidos no estúdio da Senhora da Hora, o centro de produção e a sede do Porto Canal, enquanto que no estúdio no Estádio do Dragão são emitidos os programas de entretenimento, relacionados com o universo do Futebol Clube Porto.

Cap. V – Estágio curricular no Porto Canal

O Mestrado de Jornalismo e Comunicação da Universidade de Coimbra apresenta-nos a possibilidade de realizar um estágio curricular, e o seu respetivo relatório, ou a investigação de um tema, e a tese sobre o mesmo. Optei por realizar um estágio curricular porque tinha uma enorme vontade de conhecer e explorar esta área a nível profissional e ter a oportunidade de dar a conhecer as competências que tenho vindo a adquirir ao longo dos últimos anos.

O lado mau de precisarmos de tomar decisões importantes é saber, desde o início que, qualquer que seja a nossa escolha, estamos a perder. A perder o caminho que não optamos por percorrer, mas a viver a oportunidade que escolhemos. O importante para mim foi saber que, qualquer que fosse a área de especialização que eu optasse para o meu estágio, iria aprender. Inicialmente, não tencionava fazer o meu estágio em jornalismo no Porto Canal. Estava quase certa de que jornalismo não seria o caminho e talvez apostasse na área de entretenimento. No entanto, é precisamente nesses momentos, quando acho que não sou capaz de fazer algo, que vou lá e tento. Não para provar que consigo, mas para me desafiar, aprender e conhecer outros rumos. E ainda bem que o fiz.

Quando foi a altura de, finalmente, escolher a entidade onde iria realizar o meu estágio curricular em jornalismo, a escolha foi simples. Ambicionava estagiar numa televisão, em jornalismo e perto de casa, do trabalho e dos amigos, que foram a âncora necessária para realizar este desafio – foi assim que o Porto Canal se tornou a escolha e o meu objetivo tomou forma.

O Porto Canal é um órgão de comunicação social com enfoque regional e uma ligação com a comunidade que o distingue dos restantes canais de televisão e eu queria fazer parte da equipa que todos os dias acredita num canal que visa informar, com veracidade e rigor, a sua comunidade.

Lembro-me do primeiro dia de estágio no Porto Canal. Cheguei bastante mais cedo do que o previsto para a reunião com a minha coordenadora de estágio, a atual Chefe de Redação do Porto Canal, Vanda Balieiro. Entretanto, foram chegando os restantes estagiários que iriam percorrer este caminho comigo. Estava nervosa e

ansiosa com tudo o que me esperava. Tinha a noção de que nem sempre ia ser fácil, mas tinha um “bichinho na barriga” que não sabia esconder o entusiasmo.

O estágio curricular na estação televisiva teve a duração de 3 meses, entre 5 de setembro até 5 de dezembro de 2022, no Departamento de Informação. Se no primeiro dia pensei que três meses de estágio demoraria algum tempo a passar, o dia a seguir rapidamente demonstrou que nenhum dia no Porto Canal seria aborrecido ou sem trabalho para fazer. Todos os dias eram diferentes, desafiantes e o tempo passou sem darmos conta.

O entusiasmo do arranque

No primeiro dia de estágio, reunimos com o antigo Diretor Geral de Informação, Tiago Girão, que nos explicou o objetivo do Porto Canal - sobretudo dar uma visão daquilo que são as potencialidades da região do Norte – e clarificou o importante papel que os estagiários têm na redação do Porto Canal. Ficou definido que o nosso estágio teria a duração de três meses, nos dias úteis, das 8h às 17h.

Enquanto estagiária, nos primeiros tempos tive a oportunidade de acompanhar os jornalistas nas suas reportagens e no trabalho em redação. Além disso, tivemos também pequenos momentos formativos, necessários para o trabalho que viríamos a desenvolver, nomeadamente formação dos programas utilizados pela estação televisiva – a edição no *Premier* foi talvez a mais importante e produtiva, no meu caso, para conseguir produzir os conteúdos noticiosos que acabei por realizar.

Depois de alguns exercícios propostos, e com base na avaliação do trabalho desenvolvido nas primeiras semanas, a orientadora de estágio determinou o momento ideal para sair em reportagem, sem a presença de jornalistas. Pouco tempo depois, todos os estagiários estavam a produzir conteúdos para os jornais informativos do canal: “Manhã Informativa”; “Hoje”; “Tarde Informativa” e “Noite Informativa”, e foi rapidamente percebida a exigência e responsabilidade que este trabalho acarreta.

Todos os jornalistas e estagiários recebiam ao final do dia a agenda da secção de Informação do Porto Canal. Era através deste documento que todos os membros

tinham conhecimento do que iria acontecer no dia a seguir e da distribuição de tarefas pela equipa. Ou seja, este documento continha os horários de trabalho de todos os jornalistas e de cada jornal; as saídas em reportagem, com a identificação do jornalista, do repórter de imagem e de todos os dados necessários para a reportagem; o nome do pivô, responsável por apresentar o jornal; e, eventualmente, os entrevistados que poderiam estar presentes no jornal, quer presencialmente, quer via online, assim como os assuntos que estes iriam abordar. O acesso a esta agenda era imperativa e fundamental para o sucesso de todo o canal, uma vez que era a única forma de sabermos o que cada um tinha de fazer no dia a seguir e quais seriam os temas abordados. Além disso, a gestão e a planificação dos conteúdos permitia um melhor desempenho de toda a equipa.

O jornalismo televisivo no Porto Canal exigia-nos diversas competências. A produção apresentava-nos uma lista de temas e de acontecimentos que deveriam ser cobertos para a manhã/tarde ou noite informativa e éramos responsáveis por toda a reportagem, desde a sua preparação, à sua edição. Claro que, tratando-se de peças jornalísticas diárias, não era feito um grande trabalho de investigação, mas nas pequenas entrevistas, por vezes, era possível confrontar as fontes de informação e, dependendo de cada acontecimento, escrever e construir uma notícia. Para o Porto Canal, nem todas as notícias eram relevantes, mas era um processo de escolha rápido, uma vez que o canal tem os seus critérios bem definidos. A produção, tal como anteriormente mencionado, era responsável pela seleção das notícias, tendo em conta o conjunto de critérios de noticiabilidade, e tendo em consideração que notícias relacionadas com a “descentralização” e “regionalização” eram chave para esta estação televisiva.

As duas primeiras semanas foram, essencialmente, de formação. A Vanda Balieiro deu-nos as principais dicas para escrevermos o texto que acompanhava a reportagem – quais as palavras que nunca devem ser usadas em televisão; qual o tempo razoável para uma peça televisiva⁸, tendo em conta o acontecimento; e como retirar a informação noticiosa e relevante do mesmo. Pode parecer a informação básica do jornalismo, mas havia pontos fulcrais que, para mim, devo confessar, não eram tão básicos assim, talvez porque a minha licenciatura é de Direito e não de

⁸ Entenda-se por “peça televisiva” as pequenas reportagens do jornal.

Jornalismo ou Comunicação – por exemplo, o facto de não devermos entrevistar as pessoas sempre do mesmo lado, criando uma dinâmica na edição da peça final. Pequenos detalhes que, numa peça de um minuto apenas, faziam a diferença.

No quarto dia, era responsável, juntamente com uma jornalista, de escrever os *OFFS* para o pivô. A dinâmica era simples, mas achei interessante como, principalmente nas manhãs informativas, tudo era feito muito em cima do acontecimento. Os *OFFS* eram escritos minutos antes de serem lidos pelo pivô, o que nos deixava, naturalmente, um pouco nervosos. Dividíamos o texto com uma frase, que era lida pelo pivô, que nos dava a conhecer a notícia. De seguida, um texto curto e simples (composto com cerca de duas ou três frases), com alguns detalhes enquanto passavam imagens na televisão, também editadas por nós, minutos antes.

Na segunda semana, saí pela primeira vez em reportagem a acompanhar um jornalista. Tal como já foi mencionado, nesta fase inicial, acompanhamos os jornalistas na cobertura dos eventos no exterior, tendo em atenção a abordagem feita em campo e condução da entrevista, além de reunir o máximo de informações. As reportagens eram feitas sempre tendo em consideração as regras base do jornalismo, e uma vez que eram de interesse comum, começávamos sempre com as declarações dos visados e só depois com as das instituições.

Os primeiros desafios

Pouco tempo depois, os estagiários começaram a sair sozinhos com o repórter de imagem. Uns primeiros que os outros, de acordo com o critério de avaliação feito pela nossa orientadora de estágio. Eu fui a última estagiária a sair. Entendia que ainda sentia dificuldades com a edição da peça televisiva, mas nem sempre foi fácil gerir as emoções e perceber que tudo levava o seu tempo. Não estava a competir com ninguém, mas sentia que não estava a fazer o suficiente. Queria ter a experiência que todos estavam a partilhar comigo e mostrar que também o sabia fazer.

Não desisti, apesar da frustração, e continuei a editar peças que não eram minhas para treinar e corrigir, consecutivamente. Finalmente, tive a oportunidade de sair em reportagem, colocar tudo o que aprendi à prova, explorar o terreno e perceber,

daquele acontecimento, o que era mais relevante para contar. A partir desse dia, sair em reportagem já não parecia tão assustador. Cada vez que ia, mais à vontade me sentia e, ao mesmo tempo, mais exigente era com o meu trabalho.

A produção de conteúdos noticiosos

Antes de sair em reportagem, tomava atenção aos dados partilhados na agenda do Porto Canal, para estar a par do acontecimento. Ia até ao local a pesquisar o que podia sobre o que estava acontecer e quais seriam as melhores perguntas a fazer – uma preparação apropriada da entrevista a realizar (Yorke, 2006, pág.147).

No local, o companheirismo entre o repórter de imagem e o jornalista, neste caso o estagiário, era fundamental. Os repórteres de imagem ajudaram-me sempre a ficar mais descontraída, chegando mesmo a dar sugestões sobre perguntas interessantes a fazer. Assim como os jornalistas, por vezes, davam sugestões aos repórteres de imagem de planos ideais para pintar⁹ a peça. Quando chegava ao terreno, tinha a preocupação de procurar entrevistados e material para compor a peça que queria fazer. Ao mesmo tempo, devia ter a capacidade de perceber que as respostas dos entrevistados nem sempre eram como planeado e conseguir ligar todos os assuntos.

Quando chegávamos à redação, o importante era produzir, o mais rápido possível, a peça jornalística. Na viagem de carro até aos estúdios do Porto Canal, apontava tudo aquilo que considerava mais importante, de forma a clarificar as informações que tinha recolhido. Assim, na redação, o processo era mais fácil. Tinha, assim, de escolher os *ON's*¹⁰ de cada entrevistado; seleccionar as imagens que tinha, boas para pintar a peça; escrever a notícia; gravá-la em voz *off*; e escrever um pequeno *OFF* para o pivô ler em direto ao apresentar a notícia. Este texto do pivô era curto e a voz *off* não devia repetir informações que já tinham sido dadas pelo pivô.

Por norma, nunca estava responsável por mais do que uma reportagem. No entanto, contribuía para a redação de diferentes maneiras. Por vezes, elaborava peças

⁹ Pintar é o conceito usado para a sequência de imagens entre os OFFS dos entrevistados.

¹⁰ Seleção da parte do testemunho que considerava relevante para a notícia.

jornalísticas sem sair da redação. Recorria a imagens e vídeos de *Reuters* e da agência “Lusa”, e até das redes sociais, para elaborar a peça, que nos era atribuída pela coordenadora Daniela Assunção. Além disso, também redigia e editava *OFFS* ou *TH* (*Talking Head*)¹¹ – um *TH* é um termo televisivo que consiste em resumir uma entrevista ou uma declaração, selecionando partes da mesma, sem qualquer intervenção do jornalista, com cerca de 45 segundos, máximo de 1 minuto, acompanhado sempre com um pequeno texto introdutório ao vídeo, que no jornal era lido pelo pivô.

Mudança de rumo

Além de jornalismo, no Porto Canal, estive também na produção do departamento de informação, tendo assim a oportunidade de estar na pré-produção de um programa de entrevistas, num registo mais leve e pessoal, a que muitos chamam de “infoentretenimento” – um programa de informação com um registo diferente do normal. O programa em questão ainda não estreou no Porto Canal, mas tem como objetivo entrevistar figuras públicas importantes para a Área Metropolitana do Porto, dando a conhecer não só o seu trabalho, mas também um pouco da sua vida pessoal – um registo que o Departamento de Informação não tinha trabalhado até então.

Tive também a oportunidade de fazer produção no programa “O Mundial está no ar” que foi, sem dúvida, uma aprendizagem fundamental para o percurso que estou a realizar, neste momento, na Farol de Ideias em produção.

¹¹ Percebi que nem todas as estações televisivas reconhecem-no com essa mesma designação.



“Mundial está no ar!” – Fig. 4

A partir deste domingo e até 18 de dezembro, todos os dias e em direto, Tiago Girão, Pedro Carvalho da Silva e João Pereira, na companhia de Domingos Paciência e de uma vasta equipa de profissionais, irão levar até si todas as emoções de um Campeonato do Mundo de Futebol que irá ficar para a História.

Na produção deste programa, era responsável por convidar os diferentes comentadores e organizá-los, consoante as suas disponibilidade, os jogos e os temas abordados. Enquanto garantia que tudo corria como planeado, aproveitei também para me juntar às duas jornalistas de desporto – que demonstravam ter algum trabalho acumulado, por falta de membros, e realizei também algumas das peças jornalísticas que seriam apresentadas neste programa – nomeadamente, sobre a Taça do Mundial e a Mascote Oficial do Mundial de 2022, *La`eeb*.

Conclusão

O estágio em jornalismo foi um desafio que superou todas as minhas expectativas. Fiz coisas que acreditava não ser capaz e aprendi muito. Durante o meu estágio abordei diversos temas – educação, saúde, política, desporto, entre outros - e não podia estar mais errada quando pensei que talvez me pudesse arrepender da escolha em jornalismo.

Sair em reportagem foi um misto de emoções, que me permitiu evoluir. Sempre que chegava a casa e via a minha peça jornalística na televisão sentia um enorme entusiasmo e responsabilidade que, me forçava a fazer tudo de novo no dia a seguir – ou seja, corrigir a mesma peça, à procura de melhorar aquilo que podia estar melhor. Sinto, verdadeiramente, que este Mestrado em Jornalismo e Comunicação, abriu-me portas para aquilo que hoje estou a viver, tendo em conta que ganhei competências essenciais para o meu trabalho como produtora e jornalista de investigação.

O Porto Canal é um canal que aposta no jornalismo de proximidade com intenção de contribuir para a descentralização da produção informativa (até então, em Lisboa). E o que mais gostei no canal foi o facto de todos procurarem promover a sua região, valorizarem o que nos identifica enquanto comunidade e partilharem o objetivo de o fazer crescer.

Enquanto alguns jornalistas e profissionais defendem precisamente que a proximidade como pilar do Porto Canal dá-lhe credibilidade, por continuar próximo das comunidades e das pessoas. Outros, por outro lado, defendem que a proximidade é de facto a matriz orientadora do canal, mas não reconhecem o norte como limite.

Apesar de defensores de um bom jornalismo regional, a verdade é que a equipa sempre teve a ambição de aumentar as suas audiências e ganhar notoriedade para o resto do país.

Concluindo, considero que, no Porto Canal, a principal causa para a estação televisiva não ser mais do que aquilo que é, é sem dúvida a carência de recursos. O canal depende do Futebol Clube do Porto e, muitas vezes, é um canal de televisão que se limita a reproduzir notícias de outros meios de comunicação.

BIBLIOGRAFIA/FONTES CONSULTADAS

ALMEIDA, M.S (2013). *O Jornalismo de proximidade como promotor da cultura e identidade de uma região: O caso do Porto Canal*. Relatório de Estágio, Escola Superior de Comunicação Social, Lisboa, Portugal.

BARBALHO, A. (2004). Estado, mídia e identidade: políticas de cultura no Nordeste contemporâneo. *Revista Alceu*, vol.4(8), p. 156–167. Disponível em http://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/media/alceu_n8_Barbalho.pdf.

BAZI, R. (2007). Aspectos da TV Regional e a Globo no cenário da regionalização. *Acervo on-line de Mídia Regional*, ano 11, vol. 6(7), p. 3-16.

BENJAMIN, W. (1992). *Sobre arte, técnica, linguagem e política*. Lisboa: Relógio d'Água. Bonixe, L. (2017). As rádios locais portuguesas na transição para a internet. In Jerónimo, P. (Org.), *Media e Jornalismo de Proximidade na Era Digital (p.47-86)*. Covilhã: Labcom Books.

BONIXE, L. (2017). As rádios locais portuguesas na transição para a internet. In Jerónimo, P. (Org.), *Media e Jornalismo de Proximidade na Era Digital (p.47-86)*. Covilhã: Labcom Books

BRINCA, P. (2012) Jornalismo de proximidade e participação. Por uma dieta equilibrada de informação, contra a fast-information. In Correia, J. *Ágora – Jornalismo de Proximidade: limites, desafios e oportunidades*. Covilhã: Labcom Books.

CAMPONEZ, Carlos (2002). *Jornalismo de Proximidade Rituais de comunicação na imprensa regional*. Coimbra: Minerva

CAMPONEZ, Carlos (2009). *Fundamentos de Deontologia do Jornalismo A auto-regulação frustrada dos jornalistas portugueses (1974-2007)*. Dissertação de Doutoramento em Letras, na área científica de Ciências da Comunicação.

CAMPONEZ, Carlos (2012). *Jornalismo regional: proximidade e distanciamos*. *Linhas de reflexo sobre uma tica de proximidade no jornalismo*. In Correia, J., *Agora – Jornalismo de proximidade*. Covilhã: LabCom Books – disponivel em https://www.labcom.ubi.pt/ficheiros/20121224-agora_ebook.pdf

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

COELHO, P. (2005). *A TV de proximidade e os novos desafios do espaco pblico*. Lisboa: Livros Horizonte

CORREIA, J.C (1998). *A regio e o espaco pblico: um contributo critico*. Biblioteca On-line de Cincias da Comunicao, Universidade da Beira interior. Disponivel em http://bocc.ufp.pt/pag/jcorreia_espaco.pdf

CORREIA, J. (2012). *A participao como desafio a profissao jornalstica*. In J. Correia (Org.), *Agora - Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidade* (pp. 55-69). Covilhã: Livros LabCom;

DORNELLES, Beatriz (2010). *O localismo nos jornais do interior*. Revista FAMECOS, Porto Alegre, vol. 17, n° 3, disponivel em <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/8191/5880>

Estatuto da Imprensa Regional - Decreto-Lei n° 106/88, de 31 de maro, disponivel em https://www.pgdlisboa.pt/leis/lei_mostra_articulado.php?nid=144&tabela=leis&so_m_iolo

FAUSTINO, P. (2004). *A Imprensa em Portugal: Transformaoes e Tendencias*. Lisboa: Media XXI.

FERREIRA, Paulo. (2005). *O luar da imprensa local e regional nas políticas de comunicação*. Livro de Actas – 4º SOPCOM. Disponível em <http://bocc.ufp.pt/pag/ferreira-paulo-lugar-imprensa-local-regional-politicas-comunicacao.pdf>

GARCÍA, X. L. (2013). Repensar o Jornalismo de proximidade para fixar os *media* locais na sociedade glocal. *Revista Comunicação e Sociedade*, vol. 4, p. 199–206.

GHIZZONI, Manuela - “*Jornalismo regional como mediador social: uma análise de conteúdo*”, 2012

JERÓNIMO, Pedro (2012) no artigo publicado no livro *Ágora – Jornalismo de Proximidade: limites, desafios e oportunidades*

JERÓNIMO, P. (2013). *Ciberjornalismo de proximidade: redações, jornalistas e notícias online*. Portugal: LabCom.IFP.

MELO, I. A. de. (2007). Um jornalismo de proximidade. Observatório Da Imprensa. <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/um-jornalismo-de-proximidade/>

MENDES, Bárbara – Relatório de Estágio, Mestrado em Comunicação e Jornalismo - O Jornalismo local e regional – O caso do Fórum Covilhã

MERCADÉ, J. M. (1997). La fuerza del periodismo local en la era de la globalización electrónica. Pontevedra: Universidade de Vigo.

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 portugueses. In J. Correia (Org.), *Ágora - Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidade* (pp. 111-127). Covilhã: Livros LabCom;

PERUZZO, C.M. (2005). Mídia regional e local: aspetos conceituais e tendências. *Comunicação & Sociedade*, Brasil, v. 1(38), p. 67-84.

SOUSA, Jorge Pedro (2002) “*Construindo uma teoria do jornalismo*”. Universidade Fernando Pessoa

SOUSA, J. (2002). Comunicação regional e local na Europa Ocidental: Situação geral e os casos português e galego. *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-comunicacao-regional-na-europa-ocidental.html>.

SOUSA, J. P. (2006). *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media*. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa

TRANQUINA, N. (2002). *Jornalismo: o que é?* Lisboa: Quimera.

VERÍSSIMO, I., F. (2012). *TV local em Portugal: Perspetivas de desenvolvimento da televisão de proximidade no novo cenário digital*. Dissertação de Mestrado, Universidade Nova de Lisboa.

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.;

RIBEIRO, Luísa Teresa (2006) *Novos atores no campo da informação de proximidade, Anuário 2006: A comunicação e os Média em análise*, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho pp. 93 – 104

Jornal de Notícias, 27 de junho de 2004 - http://www.jn.pt/PaginaInicial/Interior.aspx?content_id=447688

Jornal de Notícias, 2 de fevereiro de 2006

Wikipédia – Porto Canal - https://pt.wikipedia.org/wiki/Porto_Canal

Notícia - FC Porto oficializa compra do Porto Canal - <https://desporto.sapo.pt/futebol/primeira-liga/artigos/fc-porto-oficializa-compra-do-porto-canal>