

INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA
ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

A imprensa regional e local: estudo de caso do jornal *O Ribatejo*

Dissertação para a obtenção do grau de Mestre em Jornalismo

Joana Margarida Gaspar Carvalho

Orientadora: Prof. Doutora Maria Inácia Rezola

Lisboa, novembro 2013

Índice

Declaração de Compromisso Anti Plágio.....	3
Agradecimentos.....	4
Resumo.....	5
Abstract.....	6
1.Introdução.....	7
2. Objeto de Estudo.....	10
Capítulo I	
3. A Imprensa Regional, o estado do sector.....	13
3.1 A viabilidade económica da Imprensa Regional.....	17
3.2 Profissionalização do setor.....	18
3.3 A Internet e os desafios futuros da Imprensa Regional.....	20
Capítulo II	
4.O jornal <i>O Ribatejo</i> – estudo de caso.....	22
4.1 Metodologia.....	29
4.2 Estudo do Jornal.....	31
4.3 Manchete.....	34
4.4 Editorial.....	35
4.5 Cobertura.....	39
4.6 Géneros Jornalísticos.....	44
4.7 Organização Temática.....	49
4.8 Agentes Sociais.....	50
4.9 Publicidade.....	53
4.10 Fontes.....	57
5. Conclusão.....	60
Referências Bibliográficas.....	63
Anexos.....	67

Declaração

Declaro ser autora deste trabalho, parte integrante das condições exigidas para a obtenção do grau de Mestre em Jornalismo, que constitui um trabalho original que nunca foi submetido (no seu todo ou em qualquer das partes) a outra instituição de ensino superior para obtenção de um grau académico ou qualquer outra habilitação. Atesto ainda que todas as citações estão devidamente identificadas. Mais acrescento que tenho consciência de que o plágio poderá levar à anulação do trabalho agora apresentado.

Lisboa, 11 de novembro 2013

Agradecimentos

Quando chegamos ao fim de um trabalho académico, qualquer que seja ele, apercebemo-nos de que obtivemos vários apoios que nos ajudaram a percorrer alguns caminhos difíceis para a concretização de um estudo como este.

Em primeiro lugar quero agradecer à professora Doutora Inácia Rezola, pelo apoio, amizade e motivação nos momentos mais difíceis. Por ter apostado em mim, no meu trabalho, empenho e pelas horas em reunião.

Um agradecimento especial à professora Doutora Isabel Simões Ferreira, diretora do mestrado de Jornalismo, no ano letivo 2012/2013 que me acompanhou inicialmente na escolha do tema da dissertação, fornecendo informações e material de trabalho indispensáveis.

Um agradecimento também ao diretor do jornal, *O Ribatejo*, Joaquim Duarte, que me facultou todas as informações essenciais do seu jornal, o objeto de estudo desta dissertação.

E por último, fica um agradecimento muito especial ao meu pai, Mário Carvalho, à minha irmã Liliana Carvalho, ao meu namorado, André Santos, e ao meu amigo Alves Jana, meu antigo diretor, que estiveram sempre presentes e contribuíram de forma decisiva para conclusão deste trabalho.

Grata a todos aqueles que, direta ou indiretamente, estiveram comigo na elaboração deste trabalho.

Resumo

A imprensa regional é aquela que, perante as alterações registadas no setor, nomeadamente as decorrentes da globalização, melhores condições dispõe para vingar no futuro.

Este estudo procura descrever e refletir sobre a forma como o jornal *O Ribatejo* se apresenta enquanto órgão de imprensa regional. Para este efeito procedemos à constituição de uma amostragem, de 52 exemplares, relativos ao ano de 2012. Estes números foram examinados a partir de uma grelha de análise previamente concebida, com a qual pensamos poder demonstrar algumas características centrais deste órgão de imprensa regional.

Para além de um olhar atento sobre o estado atual e os desafios futuros da imprensa regional, este estudo procura refletir sobre algumas ideias e conceitos centrais inerentes à temática como sejam as questões da proximidade e o efeito da globalização na comunicação social regional e local.

Palavras-chave: Imprensa Regional, Jornalismo, Proximidade, Globalização, Local, Regional, Jornal *O Ribatejo*

Abstract

Regarding all the changes on the contemporary media sector, mainly the ones that arise from globalization, the regional press seems to be the one which gathers all the conditions to survive.

This study looks forward to describe and reflect about the way the local newspaper *O Ribatejo* presents itself as a regional press newspaper. Therefore, for the present study, we analyzed a series of 52 copies from 2012. This set of newspapers has been scanned starting from an analysis' grid previously designed in order to demonstrate some central features about this regional press newspaper.

Besides taking a closer look about the current condition of this organ and future challenges of regional press, this study addresses some ideas and key points concerning this subject like the value of proximity and the effect of globalization on regional and local media.

Keywords: Regional press, journalism, Proximity, Globalization, *O Ribatejo* newspaper.

1. Introdução

A imprensa regional é determinante nos dias de hoje pelo papel de serviço público que presta, pelo facto de ser uma guardiã de tradições e identidades e pelo simples facto de prestar informações de âmbito regional e muitas vezes local que nenhum outro meio de âmbito nacional faz de forma tão profunda e completa. Num mundo onde a globalização está instalada, a imprensa regional assume um papel decisivo. Como observa Carlos Camponez, “quando as notícias longínquas nos chegam à hora dos noticiários da noite, apercebemo-nos de que nada sabemos do que se passou ao fundo da nossa rua” (Camponez: 2012).

Perante este facto levanta-se a questão da pertinência do papel dos meios de comunicação regionais e locais. Este estudo pretende fornecer elementos para perceber a função de um órgão de comunicação regional, neste caso em apreço o jornal *O Ribatejo*.

Para a elaboração do presente estudo partimos das seguintes questões: O jornal *O Ribatejo* está a cumprir com a sua função de cobertura regional? Como é este jornal? Qual é a sua dinâmica e a sua linha editorial?

A resposta a estas questões exige desde logo uma breve análise da imprensa regional em Portugal.

Os desafios que se colocam à imprensa regional são muitos, nomeadamente porque cada vez mais a Internet é um factor determinante na comunicação num mundo globalizado, mas no qual, segundo o nosso entendimento, ainda há espaço e valorização do local e da região. Tal como afirma Carlos Camponez, “seremos, então, levados a compreender que o local e o global não são extremos que se opõem, mas espaços que interagem, ainda que de forma desequilibrada. (...) O local é o lugar de compromissos comunicativos, que tanto podem direccionar-se para as denominadas de lugar como para as lógicas globais mais desterritorializadas” (Camponez: 2002).

Com esta dissertação propomo-nos refletir sobre os caminhos e papeis que o jornalismo regional pode assumir. Como ideia base, entendemos que o jornalismo regional é um meio que proporciona informações que não costumam circular nos

grandes órgãos de comunicação, em especial nas televisões, muitas vezes mais preocupadas com assuntos de interesse nacional e internacional. As questões de âmbito local e regional, nas mais variadas áreas de interesse público, como a saúde, a política, a educação, a economia, a cultura, etc., assumem nestes órgãos de comunicação um papel determinante, na medida em que estão relacionadas com o dia-a-dia de uma comunidade. Exemplificando, os buracos da rua, as condições das escolas, as informações de trânsito dos pequenos municípios, quem as dá conhecer? Quem veicula estas informações? Quem aborda estes problemas? São justamente os órgãos de âmbito regional e local que podem fazer perceber a importância de todas estas situações para a comunidade e o impacto que as mesmas têm no dia-a-dia do cidadão comum.

Consideramos que este jornalismo de âmbito regional e local pode ter um importante papel na sensibilização da comunidade para adotar um papel de cidadania mais pró-ativo, despertando os cidadãos para os seus direitos e deveres e atuando sobre os órgãos de poder no sentido da respetiva resolução.

Trata-se de um jornalismo de rua, próximo, onde quem produz a notícia vai procurá-la no terreno e não depende das agências noticiosas. Justamente por isto há uma afinidade da comunidade com os “seus” jornalistas, pois estes estão no meio da população, da qual fazem parte e da qual não se podem abstrair.

Ao resistir às regras ditadas pela globalização, a imprensa regional constitui, de facto e na prática, um meio privilegiado de afirmação e de fortalecimento das comunidades e culturas locais, sendo, simultaneamente, um espaço vivo de dinamização de cidadania.

É visível uma sintonia entre jornalismo e vida cívica, pois aos órgãos de comunicação locais e regionais não lhes basta denunciar os problemas que afetam a comunidade onde se inserem, mas têm também a obrigação de se envolver no esforço coletivo de promover o debate e a discussão em redor desses mesmos problemas.

A importância da imprensa regional ultrapassa largamente aquilo que se julga quando se olha o país com a visão estreita do centralismo, a partir de Lisboa.

Alguma imprensa regional mudou. Parte dela soube modernizar-se, adotou modelos empresariais mais dinâmicos e adequados às novas realidades do nosso tempo. Profissionalizou-se e tornou-se um suporte informativo e publicitário de grande potencial. A vocação da imprensa regional é o jornalismo de proximidade. São as notícias-de-ao-pé-da-porta, que escapam à grande imprensa generalista e que lhe garantem reconhecidos e invejáveis índices de fidelização de leitores.

O jornalismo regional e local pode constituir uma ponte de contacto com o mundo. Através da compreensão do local e das suas dinâmicas podemos entender outros processos mais globais, mais distantes e por isso menos sentidos e de mais difícil entendimento.

No mundo globalizado, a imprensa regional é o fator essencial de preservação das identidades regionais e locais. Além do mais, é também um factor de enraizamento, na medida em que contribui para a constituição de laços entre as comunidades e os locais. Cabe ainda destacar o seu contributo decisivo na promoção da coesão regional e da descentralização.

Finalmente, como profissional do setor, em concreto como jornalista de um jornal de âmbito local (*Jornal de Abrantes*) e numa rádio de âmbito regional (*Antena Livre*), vivenciamos diariamente os problemas e as realidades deste jornalismo regional e local. Com esta dissertação pretendemos aprofundar conhecimentos, estudando um órgão de comunicação que passa por algumas dificuldades, mas que tem sido fiel aos princípios daquilo que é a comunicação de proximidade.

2. Objeto de Estudo

Foram vários os motivos que nos levaram à escolha do jornal *O Ribatejo* como objeto de estudo desta dissertação.

A escolha do jornal *O Ribatejo* deveu-se ao facto de, além de ser um jornal representativo e de referência no distrito de Santarém, ser um dos jornais de âmbito regional que reúne todas as características inerentes a este tipo de imprensa.

Para além deste motivo, a opção prendeu-se também com o facto de este jornal estar sediado no distrito de Santarém, onde é visível algum desenvolvimento económico, sobretudo por pequenas e médias empresas, onde os efeitos da globalização são notórios. O distrito de Santarém continua no pódio dos distritos onde existe mais imprensa regional (95 títulos) juntamente com Lisboa (1512) Coimbra (134) e Aveiro, (108).¹

No distrito existem vários projetos jornalísticos de âmbito local e regional, nomeadamente *Cidade de Tomar*, *Correio do Ribatejo*, *EOL Entroncamento Online*, *Jornal 4 Semanas*, *Notícias de Ourém*, *Mirante*, *O Templário*, *Região de Rio Maior*, *Rio Maior Notícias*, *Correio do Ribatejo*, *Jornal de Abrantes*, entre outros. Como se pode verificar nos gráficos nº 1 e nº 2, o jornal *O Mirante* é de longe o líder das audiências no distrito de Santarém. Em segundo lugar encontra-se *O Ribatejo*, seguido de perto pelo *Correio do Ribatejo*. Num primeiro momento a nossa opção tinha recaído sobre o jornal *O Mirante*. Contudo, o facto de já estar a ser desenvolvida uma tese de doutoramento sobre este jornal obrigou-nos a redefinir o nosso objeto de estudo, centrando-se agora n` *O Ribatejo*.

O estudo que nos propomos levar a cabo reveste-se, em nosso entender, de grande pertinência e importância. Com efeito, este estudo de caso é essencial como estratégia para perceber as potencialidades e debilidades que a imprensa regional

¹ <http://www.ec.ubi.pt/ec/07/pdf/jeronimo-da-imprensa.pdf>

apresenta nos dias de hoje. Neste âmbito importa refletir sobre a importância do jornalismo de proximidade no contexto da imprensa regional.

Através desta dissertação vamos procurar perceber qual função do jornal *O Ribatejo* enquanto jornal regional, caracterizando o tipo de jornalismo que pratica. Quanto à metodologia em concreto a utilizar, a mesma será adiante referida.



Gráfico nº 1: Listagem das principais publicações no distrito de Santarém – Fonte MeioRegional

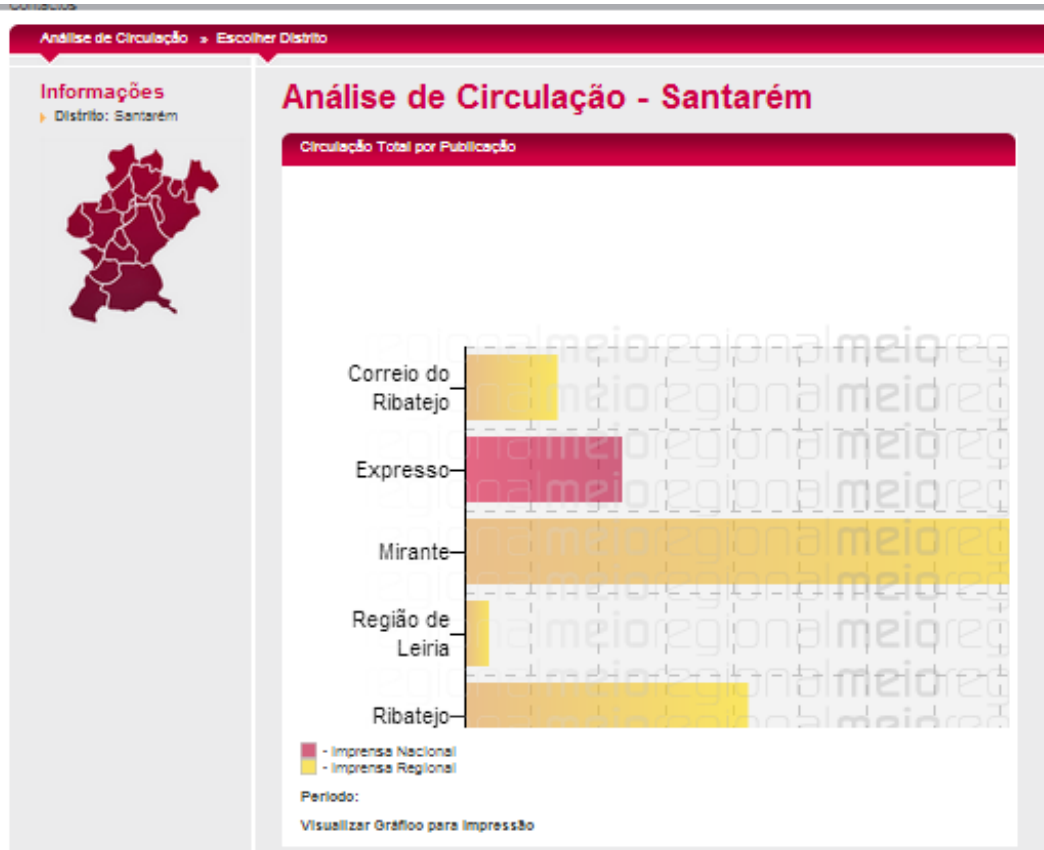


Gráfico nº 2: Análise circulação periódicos no distrito de Santarém - Fonte MeioRegional

Capítulo I

3. A Imprensa Regional o estado do setor

Os meios de comunicação social desempenham um papel importante na consciência dos cidadãos face à realidade social e política que os rodeia.²

O jornalismo local e regional vive um momento único. Com as novas tecnologias da informação cada vez mais presentes, a imprensa de proximidade, do bairro, do concelho, adquire uma importância nunca antes verificada. O mesmo é sublinhado no Estatuto da Imprensa Regional³ quando refere que esta “desempenha um papel altamente relevante, não só no âmbito territorial a que naturalmente diz mais respeito, mas também na informação e contributo para a manutenção de laços de autêntica familiaridade entre as gentes locais e as comunidades de emigrantes dispersas pelas partes mais longínquas do mundo.”

A informação local e regional tem como função “preservar valores culturais” (Santos, 2004), bem como potenciar o desenvolvimento de uma região, de um território, de um conjunto de concelhos.

A legislação portuguesa tem definido e redefinido imprensa regional e local ao longo da sua história, permanecendo, no entanto, um conceito científico difícil de definir pelo que importa estabelecer uma ronda sobre as bases que foram sucessivamente delineadas sobre as políticas para este setor.

O Estatuto da Imprensa Regional (Decreto-Lei 106/88, de 16 de março) define a imprensa regional como o conjunto de “todas as publicações periódicas de informação geral, conforme à Lei de Imprensa, que se destina predominantemente às respetivas comunidades regionais e locais, e que 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”. A Lei de Imprensa de 1999 recolhe, na essência, o que consta do Estatuto. Seja qual for a

² Decreto-Lei n. 106/88

³ Estatuto Imprensa Regional

definição escolhida, todas identificam um traço evidente deste tipo de publicações: a “linguagem de proximidade”.

O conceito e o papel da comunicação regional e local têm sido alvo de amplas reflexões. Trata-se de um conceito difícil de delimitar mas que não se circunscreve aos aspetos geográficos, territoriais, mas também com a organização social e identidade cultural.

“A imprensa regional constrói-se, pois, nesse compromisso com a região e com as pessoas que a habitam” (Camponez, 2002:19). Constitui “uma força social ativa, guardiã da cultura, dos hábitos e costumes locais, servindo ainda como importante elo de ligação com as comunidades imigradas” (Cascais cit. Martins, 2008). Para além desta função guardiã da identidade territorial, a imprensa regional tem como missão, através da informação que veicula, incentivar o debate das questões mais relevantes, da atualidade, incentivando à análise crítica dos assuntos. Para além desta importante função, a imprensa regional ainda garante a proximidade entre o cidadão e a sua comunidade envolvente. “Essa é uma missão muito concreta da imprensa regional, a da proximidade, facilitadora da interação dessas pessoas, que normalmente são quadros médios que procuram nessas localidades respostas para aquilo a que estão habituados: o médico, o restaurante, o infantário... E todas essas respostas estão na imprensa regional”. (Santos, 2004).

Hoje é tão imediato saber o que acontece no nosso país como no outro lado do mundo. A Internet permite a comunicação instantânea entre as diversas partes do planeta, permitindo o acesso a dados, dando a conhecer e a prevenir catástrofes climáticas e permitindo que pessoas que residem a milhares de quilómetros umas das outras possam interagir. Acontece também que grupos locais passaram a preocupar-se mais com a perda das suas identidades num mundo globalizado e, com isto, procuram defender a sua cultura e costumes que, provavelmente, desapareceriam no meio desta ideologia de mercado, que motiva uma uniformização dos comportamentos e dificulta a diferença, a criatividade e o individual.

A comunicação é cada vez mais instantânea e global e faz-nos pensar até que ponto o local detém um lugar de destaque na sociedade. Carlos Camponez alerta para o distanciamento que esta era global tem provocado. Para o autor, a mundialização e a globalização são apenas expressões que nos ajudam a construir e a compreender a atualidade. Segundo o autor, a globalização está conotada com a noção de desenraizamento, homogeneização, perda de referência e identidade e o desequilíbrio de

forças, explicando que “quando as notícias longínquas nos chegam à hora dos noticiários da noite, apercebemo-nos que nada sabemos do que se passou ao fundo da nossa rua” (Camponez, 2002). Já a ideia de local é, para Camponez, um lugar de resistência ao desenraizamento e à homogeneização, onde as pessoas se conhecem, convivem e reúnem fortes ligações de proximidade. “O local é assim um lugar de conservação, criação e recriação do interior da globalização. Por isso, ele surge-nos como uma realidade incontornável”. (2002:272)

Tal como Camponez, outros autores consideram que o jornalismo regional e local continua a ter um lugar de destaque na sociedade e a sua importância está cada vez mais realçada com o avançar do tempo. “Na era da «aldeia planetária», as pessoas contentam-se com um verniz de conhecimento sobre o que se passa de importante no mundo, mas querem estar ao corrente dos mais pormenores do que se passou na rua e na aldeia ao lado”. (Nobre-Correia,2000:34)

O que transparece é que estamos a viver em simultâneo na era da globalização mas também na era do local e da valorização de tudo o que está relacionado com o mesmo. Segundo Garcia, “apesar de a globalização dar a entender que tudo domina, é o local que surge como resposta a esta tendência homogeneizadora e assim a relação entre os dois conceitos tende a começar a desenvolver-se num novo cenário” (2004:58).

“Fundamentalmente, a especificidade da imprensa regional resulta do seu compromisso específico, do seu pacto comunicacional com um território que não pode deixar de representar um recorte parcial de um espaço mais vasto” (Camponez, 2002:77). Talvez seja por esse motivo, e mesmo apesar das dificuldades económicas, que a imprensa regional se implantou em todo o mundo. Perante este facto, e perante esta implementação cada vez mais enraizada, os meios de comunicação locais e regionais têm a missão de facilitar a organização das comunidades específicas, de oferecer canais por meio dos quais os pequenos grupos possam ver e identificar os seus anseios e oportunidades, abrindo portas para que circulem as vozes daqueles que não encontram outros espaços para se pronunciarem.

O que se percebe, porém, é que esses papéis não têm sido desempenhados como deveriam. As fortes ligações com o poder económico e político acabam por influenciar a linha editorial e todo o trabalho executado num órgão de comunicação, podendo prevalecer o interesse financeiro em detrimento do exercício de serviço público.

Por outro lado, estes poderes também viabilizam a própria existência do órgão de comunicação, não só porque são uma boa fonte de publicidade como também, num

caso ou noutro, são fonte de patrocínios diretos. O jornalismo regional e local está portanto, sempre, à procura de um equilíbrio que lhe dá a identidade própria face a estas questões.

Um estudo do Bareme Imprensa Regional apresentado em maio de 2011 aponta para um aumento do interesse geral por este tipo de imprensa (51,9% em 2010 e 49,7% em 2009) e a preferência dos leitores pelos semanários (28%) e, logo de seguida, os mensários com (11,4%).⁴

Perante estes dados, importa referir que os jornais e as rádios regionais e locais são, por norma, os meios mais próximos da comunidade, ajudando na preservação da história de um povo ou mesmo promovendo a literacia. Contudo, quem está no terreno sabe que estes órgãos passam por algumas dificuldades, nomeadamente, ao nível económico, de recursos humanos e técnicos.

Atualmente, este é um campo profissional ainda com acentuados problemas. Vítor Amaral enumera alguns: “dificuldades na distribuição das publicações regionais, grande parte delas não integram sistemas profissionais de prestação de serviço de distribuição, escasso investimento publicitário (principal fonte de receita) e outras fontes de receita, reduzido índice de leitura e diminuição do número de assinantes, desinteresse de agentes económicos baixas tiragens, ausência de visão estratégica e de marketing” (Amaral, 2012: 11-12). Apesar destes constrangimentos, no entendimento de Amaral, é necessário “fazer de tudo para se fazer um bom jornalismo. Mesmo quando não está encontrado (ainda) um modelo de negócio que permita a auto-suficiência de um jornalismo de qualidade” (Amaral, 2012:14).

Em 2003, Feliciano Duarte, na obra *Informação de Proximidade*, fez um retrato do panorama da imprensa regional, concluindo que Portugal tinha um vasto número publicações deste tipo. Os distritos com mais títulos eram: Lisboa, Porto, Aveiro, Viseu, Braga, com cerca de 58 títulos regionais em cada. Já Beja, Castelo Branco, Bragança, Portalegre, Vila Real eram as regiões com menos títulos, com cerca de 7 em cada distrito.

Dados mais recentes do Instituto de Comunicação Social referem que existem em Portugal cerca de 900 títulos de publicações periódicas, dos quais apenas 30 são diários.⁵

⁴ BAREME Imprensa Regional 2011

⁵ Instituto de Comunicação Social

A periodicidade mais comum é a mensal, a tiragem média é de 4.000 exemplares. 645 títulos usufruem do porte-pago, apresentando no entanto tiragens mais reduzidas, da ordem dos 2.500 exemplares. Numa realidade de 281 títulos que recebem porte-pago, não há um único profissional com contrato de trabalho, e apenas 15% da tiragem é vendida em banca.

Os dados são elucidativos, no entanto escondem uma aparente contradição. Com efeito, um estudo da Marktest publicado em setembro de 2004 veio confirmar que 51,4% dos portugueses afirmam ler jornais regionais. Assim, se há um público leitor fiel, como se chegou a este ponto, em que o estado do sector aparenta não responder às suas potencialidades? Basta a experiência de andar pelo terreno para perceber que há uma diferença abismal entre leitores e compradores de jornais, na medida em que a leitura deste tipo de imprensa é feita sobretudo nos cafés, nas bibliotecas, nos consultórios médicos e em outros locais onde se encontram jornais disponíveis.

Tal como refere Feliciano Duarte, é necessário padronizar a atribuição de apoios aos órgãos de comunicação regional e local e o Estado deve assumir uma dupla responsabilidade. Primeiro, definindo políticas para estimular o consumo das publicações regionais. Depois, definindo políticas para estimular o desenvolvimento empresarial dos jornais. Para Duarte, os Governos devem contribuir para que os jornais ganhem mais leitores, devido à qualidade do produto apresentado, conseguindo a independência dos títulos.

3.1 A viabilidade económica da Imprensa Regional

A relação entre os objetivos de um órgão de comunicação e sua viabilidade económica é um ponto fundamental a ter em conta. Desde logo porque se trata de uma premissa transversal a qualquer outra atividade profissional. Depois, por ser a garantia de uma base sólida para o iniciar de um jornalismo forte, caracterizado e com “peso”.

A dependência da receita publicitária, nomeadamente a proveniente do poder local, faz surgir um outro conjunto de problemas. No caso do jornalismo regional e local, a relação económica com o que o rodeia, nem sempre é fácil de gerir. Como refere João Carlos Correia ⁶ “se a resistência à conexão entre jornalismo e publicidade

⁶ http://bocc.ubi.pt/pag/jcorreia_espaco.html

pode refletir um empenhamento cultural mais exigente, também pode implicar ou simplesmente refletir outras sujeições como sejam a mera subordinação conjuntural a poderes estabelecidos, nomeadamente pela necessidade de conseguir apoios económicos”.

A sustentabilidade dos media é presentemente uma matéria inseparável do próprio processo de elaboração das notícias. Assim, é necessário criar mecanismos de defesa e da integridade ética do órgão. No caso das receitas publicitárias serem provenientes de anunciantes privados (grandes empresas ou pequenas empresas), ou instituições do Estado (como as câmaras municipais), esta “troca” de serviços pode implicar uma tentativa de interferência no que é noticiado. Esta intervenção tanto pode ser da iniciativa de quem paga, como assumida por parte de quem informa.

A carência de recursos financeiros dos jornais regionais leva a que haja uma vinculação por vezes constante ao elogio da região, na tentativa de captar a atenção tanto das vereações como das empresas e dos comerciantes locais enquanto geradores de receita. Esta situação pode conduzir à falta de espírito crítico e de imparcialidade. Como observa João Carlos Correia, “as especificidades do jornalismo regional constituem a sua força ou a sua debilidade. Isto é, devem ser mantidas sem que com isto se exclua a desejada modernização e profissionalização das redações”.

3.2 Profissionalização do setor

A profissionalização do jornalismo regional e local não tem sido de todo um processo fácil de concretizar. Como afirma Correia: “desde 1921 que a classe através dos seus organismos representativos solicitava a existência de um Curso Superior de Jornalismo. Todavia, a primeira Licenciatura em Ciências da Comunicação só foi criada em 1978”. Mesmo assim, há já no mercado muitos profissionais com formação académica. Contudo, a profissionalização do jornalismo regional e local não está ainda estabelecida na nossa cultura. Mas não é essa ainda a questão principal. Com efeito, o fator decisivo é a vertente económica da questão, ou seja, o facto de ser economicamente pouco viável a contratação de profissionais para as redações. Por um lado não há a consciência da falta de jornalistas qualificados e por outro não há recursos

financeiros para os contratar. Os colaboradores voluntários surgem por um lado, para resolver o problema das administrações, mas ao mesmo tempo são entraves à referida profissionalização. O amadorismo prevaleceu durante anos e ainda hoje se constata nomeadamente nas redações locais.

Em 2003, o estudo de Feliciano Duarte veio provar serem escassas as redações regionais e locais que dispunham de profissionais formados. Eram poucas as que os tinham, mas, mesmo nestas, os jornalistas não estavam a tempo inteiro e com um contrato de trabalho. Também João Correia considera que “a presença dos colaboradores é, muitas vezes, um alibi para impedir a formação de redações profissionalizadas”. Contudo, se a presença de colaboradores voluntários é obstáculo à profissionalização das redações, por outro ela é também o garante da aproximação da comunidade com o órgão de comunicação. Isso permite, por exemplo, diversificar as vozes dentro de um jornal, a um nível que nunca poderia ser sustentado economicamente. Talvez, isto seja mais um sintoma da falta de organização empresarial.

As opções dos órgãos diretivos de um jornal regional são determinantes na abordagem dos assuntos editoriais. Carlos Camponez apresenta o caso da “Co-incineração na Maceira”, no concelho de Leiria, e o envolvimento do *Diário de Leiria* na tentativa de impedir que o processo fosse por diante na região. O jornal contou para isso com o forte apoio do grupo de comunicação onde estava integrado, no caso o grupo Adriano Lucas – Gestão e Comunicação Social Lda. Foi este apoio que permitiu que os profissionais se envolvessem tanto no caso. Esta entrega tão declarada teve pesadas consequências, nomeadamente na redação do jornal. Como explica o autor: “Apesar deste clima consensual que se procurou promover na opinião pública, a co-incineração esteve longe de, internamente, fazer a unanimidade entre os que trabalhavam na redação. Tirando os lugares de chefia, todos os jornalistas que, na altura, faziam parte do jornal, acabaram por sair do «Diário de Leiria» nos meses subsequentes. E os que tivemos a oportunidade de entrevistar invocam mesmo a co-incineração como a gota de água que os predispôs a encararem a saída para outras redações” (Camponez, 2002:225).

Assim sendo, se há administrações que orientam a atividade de um jornal também há profissionais, neste caso jornalistas, que defendem com o máximo rigor a ética e o desempenho jornalístico. No caso analisado por Carlos Camponez, o *Diário de Leiria* assumiu uma posição desfavorável à co-incineração e reprimiu pensamentos e

opiniões contrárias às do órgão diretivo do jornal. Existe assim, um jogo de duas faces. Por um lado, a defesa acérrima da cultura local e do que é entendido como o melhor para a região. Por outro, uma consciência profissional e ética de quem exerce a atividade jornalística. O jornalismo regional trabalha sobre esta linha delicada, entre a função regionalista e a presença da ética associada ao ser jornalista. Esta característica faz do jornalismo regional uma balança que necessita de ser equilibrada constantemente.

3.3 A Internet e os desafios futuros da Imprensa Regional

Há quinze anos atrás, o *Jornal de Notícias* foi o pioneiro na utilização da Internet (Bastos: 2010; Granado: 2002). A Internet marcou a sua presença nas redações regionais a partir de 1996. O primeiro jornal regional a registar o seu domínio electrónico foi o *Voz Portucalense*, um semanário, propriedade da diocese do Porto. Depois foi a vez do *Diário de Coimbra* e do *Região de Leiria* que, no mesmo ano, também abriram a sua página na Internet. O jornal *O Ribatejo*, objeto de estudo desta dissertação, inicia a sua experiência na Internet a 2 de abril de 1997 e cria a 6 de dezembro de 1998 o domínio do seu ciberjornal (Jerónimo, 2010, 2011, 2012, 2013).

Sobre a presença na Internet, Joaquim Duarte, diretor do jornal *O Ribatejo*, afirmou que “os jornais regionais vão atrás do caminho que os ‘grandes’ façam. Não devemos ser nós a desbravá-los” (Jerónimo; Bastos, 2012: 46)⁷. É sobretudo isto que acontece, as publicações regionais imitam ou seguem as pisadas das nacionais. O mesmo se denota, por exemplo com a melhoria do grafismo. Nestes dois campos os jornais nacionais têm evoluído e acompanhado as tendências internacionais. No que diz respeito aos regionais, o processo revela-se mais moroso devido à escassez de recursos humanos e financeiros.

A presença da Internet no âmbito regional proporciona um conjunto de experiências novas. Ao longo dos anos, os jornais regionalistas têm entendido a Internet como uma plataforma onde a comunicação pode ganhar uma outra dimensão. O jornal *O Ribatejo* é um exemplo de um órgão de âmbito regional que aposta na Internet para

⁷Ágor@: Encontro de Media, Proximidade e Participação que aconteceu na Universidade da Beira Interior na Covilhã, nos dias 19 e 20 de abril de 2012

desenvolver uma nova área, a da televisão. A *TV Ribatejo* nasceu em 2007 e apenas está disponível online, sendo produzida pela redação do jornal, que diariamente apresenta trabalhos de reportagem dos diferentes concelhos de cobertura do jornal.

Importa referir que, para além de uma aposta mais aprofundada na Internet, os desafios futuros da imprensa regional são diversificados. De acordo com Garcia, a imprensa regional deve “tentar conhecer a sociedade onde está inserida, analisando com rigor o processo político, institucional, económico e social”; em segundo lugar, deve, tal como já foi referido, “manejar as novas tecnologias, aproveitando as técnicas que permitem uma melhor estruturação interna e externa das mensagens”; em terceiro e último lugar, a imprensa regional, deve “construir uma empresa estável” (Garcia, 2004:69). Estes são alguns dos desafios atuais e futuros da imprensa regional, tendo em vista suprimir algumas lacunas que ainda persistem, num tempo de crise e onde a publicidade é cada vez mais escassa. Contudo, apesar das dificuldades atuais, nomeadamente económicas, sempre que houver algo para dizer sobre determinada terra ou comunidade, a imprensa regional terá um lugar de destaque, desde que seja “criativa, participativa, profissional, empreendedora e inovadora” (Santos, 2007:131).

Capítulo II

4. O Jornal *O Ribatejo*⁸ - Estudo de caso

A ideia da fundação do jornal *O Ribatejo* nasceu em Lisboa, sendo curiosa a ausência de alguém ligado à região de Santarém na origem deste projeto jornalístico. A iniciativa partiu de um pequeno grupo de jornalistas profissionais que, em junho de 1984, começa a discutir a possibilidade de constituir uma rede de jornais semanários na periferia da Grande Lisboa.

Nesse mesmo ano foram registados meia dúzia de títulos, como *o Linha de Sintra*, *o Jornal do Oeste*, *o Sul Expresso*, *O Ribatejo*, entre outros.

Este ambicioso projeto acabou por não se concretizar e apenas este último jornal conheceu a luz do dia em 1985. Para o efeito foi necessário reunir mais meia dúzia de acionistas, com algum capital disponível e efetivamente ligados à região. O valor do capital social inicial de *O Ribatejo* foi de 6 mil euros, o que para a época representava um investimento diminuto tendo em consideração por exemplo, o capital social do *Jornal do Fundão* (150.000 euros).

Aquando da sua fundação, *O Ribatejo* dispunha de apenas cinco funcionários a tempo inteiro (três na sede em Santarém e dois na delegação em Lisboa, a mesma delegação do *Jornal do Fundão*, na Avenida Duque de Loulé). Em 1985, é constituída a empresa Jortejo – Jornais, Rádio e Televisão Lda. a pensar em futuras iniciativas no âmbito do jornalismo regional. O primeiro diretor do jornal foi Olímpio de Matos, engenheiro civil de formação e na altura diretor distrital da Junta Autónoma de Estradas em Santarém.

O primeiro número do jornal foi publicado a 8 de novembro em 1985, tendo a empresa na altura doze acionistas. Desses doze acionistas iniciais, seis eram pessoas já ligadas à imprensa nacional e regional, quatro deles jornalistas profissionais (Joaquim Duarte, Alexandre Manuel, Albertino Antunes e Rogério Rodrigues), e os restantes seis

⁸ A informação constante desta resenha histórica foi recolhida junto do atual diretor do jornal, Joaquim Duarte.

acionistas eram pessoas radicadas no distrito de Santarém, como (Francisco Viegas, pai do ator Mário Viegas, Carlos Alberto Cruz, Hermínio Martinho e Olímpio de Matos).

Desde 1985 que no distrito de Santarém são publicados os factos e as opiniões dos seus protagonistas. Todas as semanas, há 28 anos, *O Ribatejo* traz para as suas páginas a atualidade política, económica, social e empresarial da região.

Desde sempre com uma periodicidade semanal, *O Ribatejo* tem atualmente um preço unitário de 0,80 euros. As suas edições têm em média entre as 32 e 56 páginas e uma tiragem de cerca de 8.500 exemplares. É impresso em papel que incorpora 30% de fibra reciclada, com tinta ecológica de base vegetal, e as suas dimensões são 255x350 mm.

Em 2013, o quadro da empresa do jornal é constituído por oito funcionários, sendo três jornalistas, um dos quais o diretor acumulando funções, um gráfico, dois comerciais e dois administrativos. Para além destes funcionários, o jornal ainda conta com mais dois colaboradores avançados na área editorial.

O estatuto editorial confere, logo à partida, ao jornal, um carácter institucional, sério e jornalístico, na medida em que impõe regras e parâmetros que devem ser respeitados por todos aqueles que queiram fazer parte da equipa de redação. Constituído por oito artigos e redigido pelo diretor, o estatuto editorial do jornal *O Ribatejo* é publicado no início de cada ano civil explicando e definindo os objetivos e princípios do jornal *O Ribatejo*. Dele podemos observar:

- 1 – “O Jornal *O Ribatejo* é um jornal semanário ao serviço do desenvolvimento do distrito de Santarém e do reforço da sua identidade histórico-cultural, que informa com rigor e verdade”.
- 2 – “O Jornal *O Ribatejo* assume o compromisso de respeitar os princípios deontológicos da Imprensa e da Ética Profissional, de modo a não prosseguir apenas fins comerciais, nem abusar da boa-fé dos leitores, encobrendo ou deturpando a informação”.
- 3 – “O Jornal *O Ribatejo* é um projeto editorial profissional, com uma redação que pauta a sua prática pelo Código Deontológico dos Jornalistas”.
- 4 – “O Jornal *O Ribatejo* é um jornal plural, equidistante de todas as forças políticas e, por isso, aberto à participação de todos os quadrantes da comunidade,

da política aos movimentos ou grupos cívicos, do desporto à cultura, do tecido empresarial ao cidadão anónimo”.

5 – “O Jornal *O Ribatejo* não enjeita uma participação ativa na promoção do debate de ideias e do estado das coisas”.

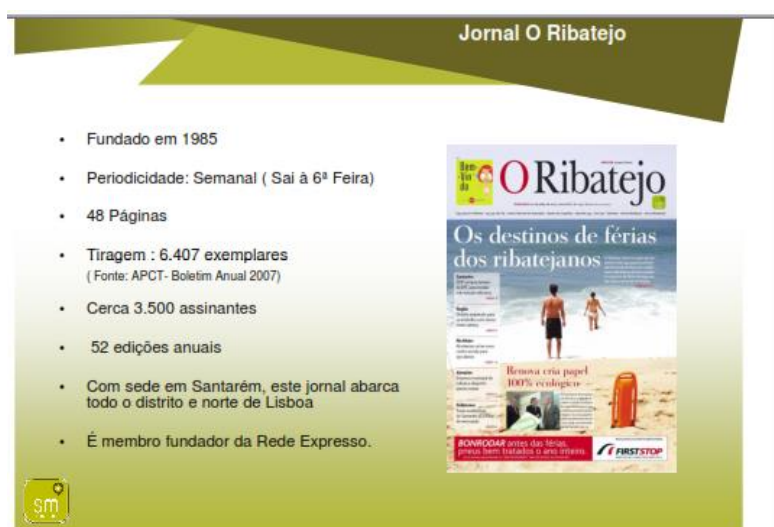
6 – “O Jornal *O Ribatejo* é o espelho da sociedade que justifica a sua existência, mas não se limita a dar reflexos das realidades quotidianas”.

7 – “O Jornal *O Ribatejo* reconhece e respeita o direito da vida privada de todos os cidadãos e não discrimina raças, credos ou ideologias”.

8 – “O Jornal *O Ribatejo* é um sinal dos tempos. Como tal compromete-se a estar na vanguarda das últimas tendências editoriais e tecnológicas, para melhor servir os seus leitores”.⁹

Sobre o estatuto editorial deste jornal, diríamos que reflete numa forma genérica alguns dos princípios constitucionais da nossa República como sejam a liberdade de imprensa que corresponde justamente à liberdade de expressão dos jornalistas, o acesso às fontes de informação e a independência dos jornalistas face aos poderes instituídos. O estatuto garante o direito à informação que significa a faculdade de cada cidadão se informar e ser informado de factos e opiniões relevantes bem como o direito de cada cidadão divulgar informações, opiniões e ideias através da imprensa.¹⁰

O gráfico nº 3 mostra a realidade do jornal *O Ribatejo* com destaque para o número de edições anuais, o número médio de tiragem e o número de assinantes.



⁹ Estatuto Editorial do jornal “O Ribatejo” elaborado no ano 2000

¹⁰ Lei n.º 1/99 de 13 de janeiro

Gráfico nº 3: Dados do jornal *O Ribatejo* – Fonte Sojormedia

O gráfico nº 4 expressa as audiências médias da imprensa escrita no distrito de Santarém do qual se salienta a parte correspondente do jornal *O Ribatejo* com 9% de *share*, encontrando-se em segundo lugar. O jornal *O Mirante* é a publicação líder no distrito com 24,2% de *share*.

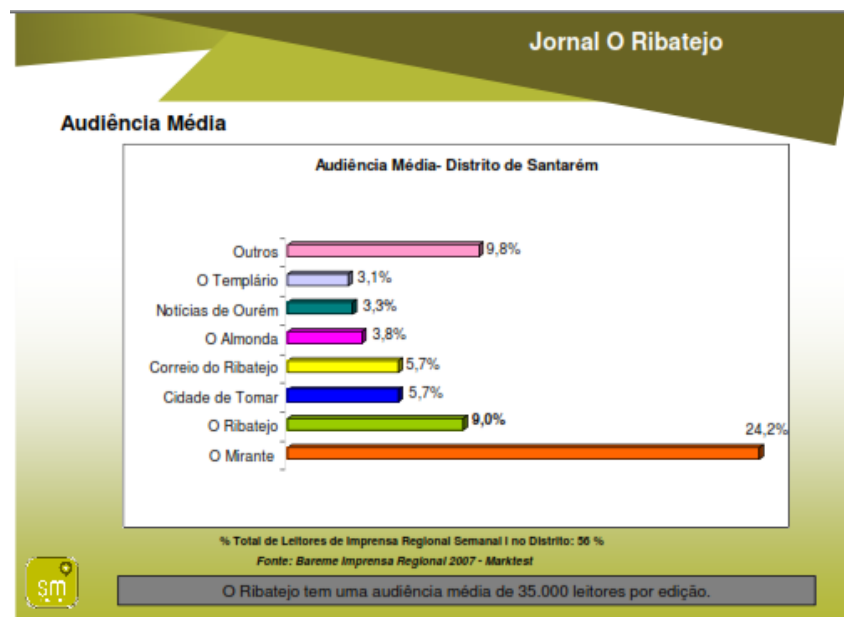


Gráfico nº 4: Audiências médias do jornal *O Ribatejo*- Fonte Sojormedia

No gráfico nº 5, é possível constatar que os leitores do jornal são maioritariamente do sexo masculino. O público leitor é particularmente jovem, sendo de destacar a faixa etária dos 25 aos 34 anos (27% dos leitores). Um dos dados importantes para a caracterização do jornal é o perfil do leitor. O jornal procura adaptar os conteúdos ao seu público, para conseguir uma maior fidelização quer de leitores quer de assinantes.

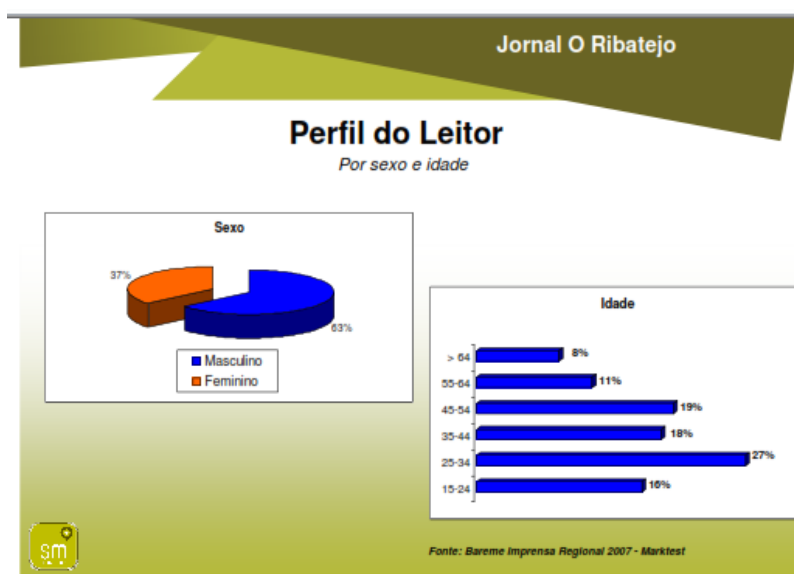


Gráfico nº5: Perfil do Leitor – Fonte Sojormedia

Relativamente à classe social dos leitores, apesar do seu caráter abrangente e interclassista, a maior percentagem (36%) pertence à classe média baixa, logo seguido da média média (26%) e da classe A/B (20%) que ainda apresenta um valor maior que a baixa (18%).

Portanto, o jornal *O Ribatejo* tem o seu público leitor da classe média baixa para cima. Não é por isso um jornal que se destina a um estrato social popular, mas para aqueles que têm mais recursos económicos e mais poder social. É portanto um jornal que tem todas as condições para se afirmar como líder de opinião justamente nos estratos sociais com mais influência na condução dos destinos coletivos da região.

Verifica-se ainda que os seus leitores são predominantemente ativos (65%), contra 35% de não ativos, o que vem reforçar a ideia de que o jornal todas as semanas atinge as componentes sociais mais interventivas da região.

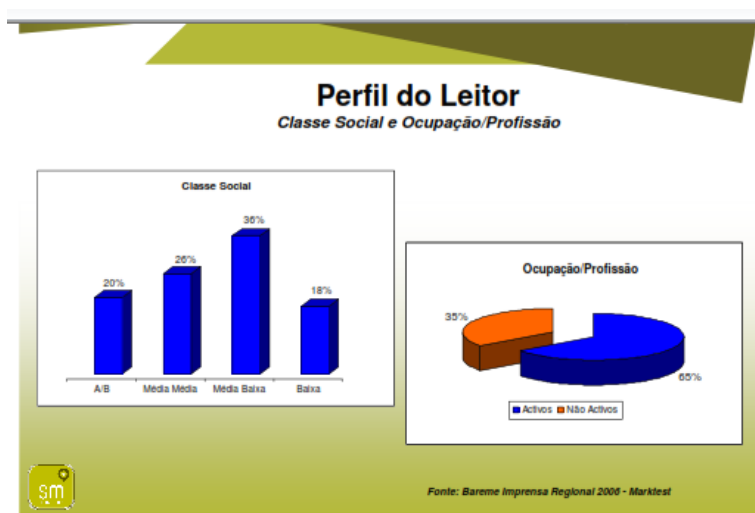


Gráfico n.º 6: Perfil do Leitor por Classe Social e Ocupação – Fonte Sojormedia

A ficha técnica apresenta os contactos da empresa e os dois contactos mais determinantes e de maior responsabilidade do jornal. O contacto do diretor, portanto a pessoa com mais responsabilidade na publicação, e o contacto da diretora comercial. Este último é essencial para quem pretende publicitar ou realizar determinado negócio comercial, situações fulcrais para a existência do jornal.

Jornal O Ribatejo

Ficha Técnica

Director: Joaquim Duarte
joaquim.duarte@oribatejo.pt

Directora Comercial: Rita Duarte
rita.duarte@oribatejo.pt

Contactos

CNEMA Quinta das Cegonhas
Apartado 355
2000-471 Santarém
Tel. 243 309 600
Fax. 243 333 766

Gráfico n.º7: Ficha técnica – Fonte Sojormedia

Em termos de estrutura, o jornal *O Ribatejo* apresenta durante todo o ano de 2012, portanto nas 52 publicações analisadas, as seguintes partes ou elementos:

- Capa
- Editorial - artigos que expressam a opinião institucional do jornal.
- Ficha técnica - listagem da composição da equipa da redação, dados das tiragens e circulação, endereços e telefones para contato, assinaturas, etc.
- Café Central
- Pergunta da semana
- As estrelas
- Foto denúncia
- Opinião
- Crónica de maldizer
- Blogue de notas
- Espuma dos dias
- Regiões
- Especiais
- Negócios
- Cultura e espetáculos
- Câmara Lenta
- Comeres e Beberes
- Serviços
- Classificados
- Saúde
- Desportos
- Contra Capa

O jornal incorpora muitas vezes cadernos ou suplementos, que são um conjunto de páginas com uma unidade temática, intercalados no corpo do jornal, de periodicidade indeterminada e que durante o ano 2012 versaram os seguintes assuntos.¹¹

- Economia
- Desporto
- Ciência & Tecnologia
- Cultura (Cinema, Música, Teatro, Televisão)
- Educação
- Especial Freguesias
- Turismo
- Feiras
- Festas

4.1 Metodologia

No âmbito da elaboração de um trabalho subordinado ao estudo e caracterização da imprensa regional, importa analisar em pormenor alguns exemplares de um jornal deste âmbito por forma a apurar as suas características.

O jornal *O Ribatejo* foi escolhido como o objeto de estudo desta dissertação e para a sua análise procedeu-se, através de uma grelha cedida pela Doutora Isabel Simões, diretora do mestrado de Jornalismo no ano de 2011/2012, a um estudo que incidiu numa amostragem do jornal constituída pelas 52 edições do ano de 2012, de 05 de janeiro a 27 de dezembro de 2012.

Com a análise do jornal *O Ribatejo*, procurou-se, nesse período alargado de tempo, um ano, encontrar traços identificativos da sua linha editorial.

¹¹ CF. Anexo nº 1 - Suplemento “Viver a Região”
CF. Anexo nº 2 - Especial Cooperativas
CF. Anexo nº 3 - Especial Ambiente

Neste estudo sobre o jornal procurou-se:

- Analisar a manchete ao nível da sua tematização procurando descortinar o porquê da sua escolha e a importância para a edição. Tentar descobrir se existe um fio condutor na linha editorial do jornal;
- Analisar o editorial, identificando o seu autor; os temas escolhidos e seus objetivos, à semelhança do estudo que levamos a cabo relativamente à manchete, ou seja, procurando descortinar o porquê da sua escolha e a importância para a edição. Mais uma vez, com esta análise, propomo-nos descortinar se existe um fio condutor na linha editorial do jornal;
- Analisar a cobertura geográfica dada pelas notícias procurando para o efeito detetar a quantidade de vezes que determinado concelho surge e a discrepância na cobertura dos aspetos noticiosos de alguns concelhos.
- Analisar os géneros jornalísticos. Para tal, iremos proceder a um levantamento de mais de 21000 textos, procurando verificar qual o espaço ocupado pelos conteúdos de informação, opinião e entretenimento.
- Proceder à análise da organização temática, tendo em conta categorias como a política, desporto, saúde, cultura, economia, educação, ambiente, etc. Identificadas as categorias temáticas e o seu peso na publicação ao longo do período em análise, procurámos salientar se estamos perante temas “micro” ou “macro”. Na categoria de “macro” incluímos os textos que abordam temáticas nacionais / de interesse nacional. Por seu lado, as temáticas de interesse regional ou local serão classificadas como “micro”.
- Analisar os agentes sociais. Para tal foram definidas duas grandes categorias: grandes e pequenos agentes sociais. Na primeira incluem-se os presidentes, autarcas, especialistas, etc. A segunda diz essencialmente respeito ao cidadão comum, às pequenas associações desportivas e culturais e forças policiais. Esta

análise irá permitir-nos compreender como se articulam as forças vivas do território, quem são os protagonistas da cena mediática e que preenchem as colunas dos jornais, e estudar a maneira como tudo isso é vertido para os textos do jornal *O Ribatejo*;

- Analisar a publicidade. Este estudo tem em conta os diferentes tipos de publicidade presentes no jornal, desde a publicidade comercial, passando pela institucional, classificados e anúncios particulares. Este estudo afigurou-se-nos fundamental. Desde logo, devido ao importante papel desempenhado pela publicidade na viabilização económica da publicação. Depois, importa observar como é que estes diferentes tipos de publicidade se articulam.
- Analisar as fontes de informação. As fontes constituem uma dimensão fundamental de qualquer jornal. Podem assumir as mais variadas formas, desde as fontes individuais à documentação escrita ou audiovisual, por meio dos quais os jornalistas tomam conhecimento de informações, opiniões ou dados. As fontes são também essenciais na verificação do rigor e veracidade dos dados obtidos. No nosso estudo vamos considerar duas categorias, oficiais e não oficiais, assinalando se são ou não referenciadas.

4.2 Estudo do jornal

Para proceder a uma caracterização deste meio de comunicação social, levámos a cabo uma análise exaustiva dos parâmetros em questão para o que foram expressamente elaboradas oito grelhas de avaliação.

Num segundo momento, procedemos às seguintes tarefas:

- Leitura integral de todos os textos e à sua classificação de acordo com os parâmetros definidos. Consolidados os dados obtidos, preenchemos as respetivas fichas de avaliação;
- Lançamento de dados de acordo com os pré-requisitos preenchendo as respetivas grelhas;

- Desenvolvimento de tabelas de análise;
- Elaboração de gráficos demonstrativos;
- Relacionamento dos elementos estatísticos.
- Análise do conteúdo editorial e comercial do jornal;

O jornal tem uma média 300 textos por edição a que corresponde um total de 15.000 textos analisados e classificados por item com um tamanho compreendido entre as dezenas de caracteres e vários milhares. A análise incidiu nos oito parâmetros de avaliação previamente definidos nos 15.000 textos nas 52 edições. Foram processados mais de 21.300 conteúdos abrangendo uma gama diversificada de aspetos, desde as notícias aos classificados, às crónicas às entrevistas.

O quadro nº 1, que a seguir se apresenta, mostra o total dos documentos processados, classificados por item de acordo com a grelha de análise cedida. A sombreado, salientam-se os itens com mais volume de trabalho.

ITEM 1	Manchete	50
ITEM 2	Editorial	50
ITEM 3	Cobertura	2707
ITEM 4	Géneros Jornalísticos	4332
ITEM 5	Análise da organização temática	1955
ITEM 6	Análise dos agentes sociais	3665
ITEM 7	Análise da publicidade presente	6092
ITEM 8	Análise de fontes	2478

Quadro nº 1: Documentos analisados por Item de análise

O gráfico nº 8, que se segue, representa também o volume de trabalho efetuado, o qual se distribuí pelos itens acima referidos, destacando-se novamente os itens 4 e 7.

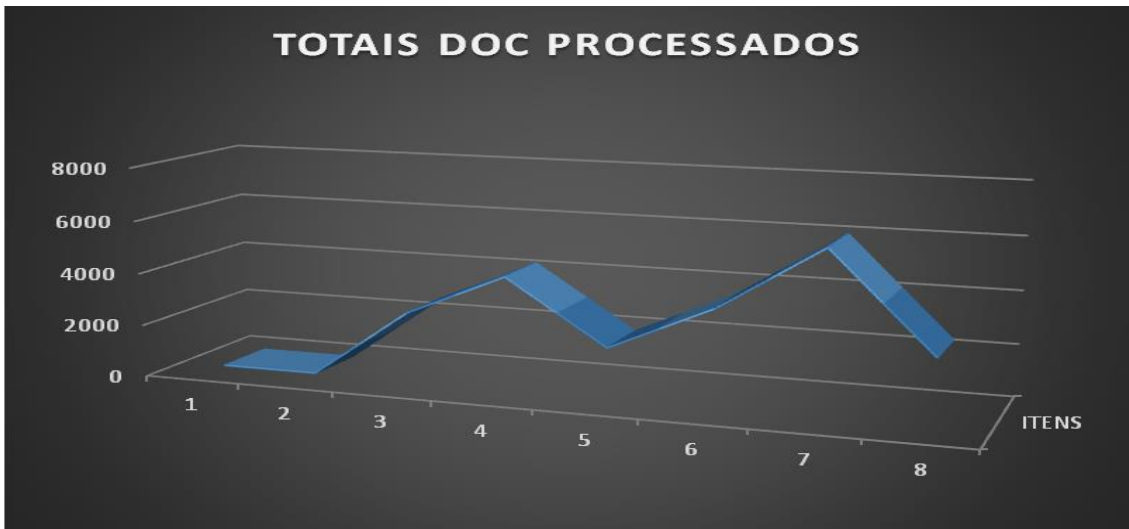


Gráfico nº 8: Total de documentos/peças processados

4.3 Manchete

A manchete é o título principal, em letras grandes, no alto da primeira página de um jornal, indicando o facto jornalístico de maior importância entre as notícias contidas na edição. No ano em análise, as manchetes e chamadas de capa estão geralmente direccionadas para as questões locais de grande repercussão já que a capa dos jornais é o primeiro contacto que o leitor tem com o conteúdo escrito nas páginas interiores.

O gráfico nº 9 mostra a distribuição do tema das manchetes nas 52 edições do jornal.

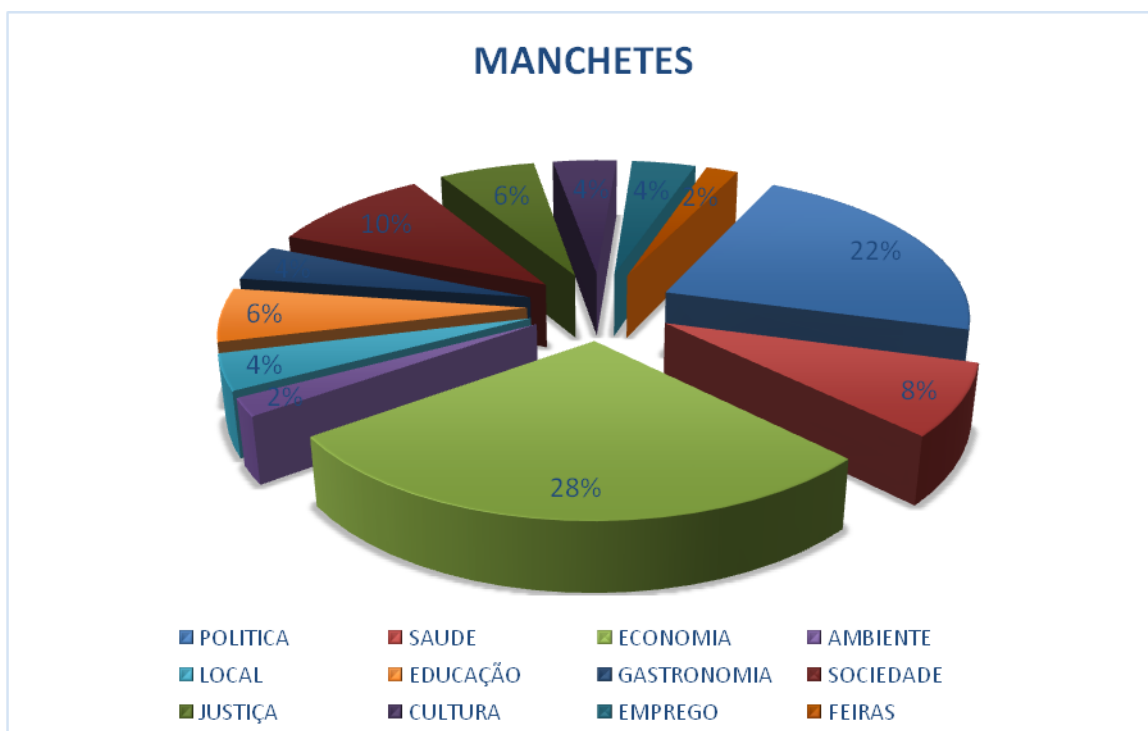


Gráfico nº 9: Manchetes

Este gráfico permite-nos retirar algumas conclusões sobre os temas dominantes utilizados nas manchetes do jornal. Destacam-se desde logo, os temas económicos, refletindo os aspetos macro económicos da vida nacional e o impacto que tal situação aporta para a cena local, como o fecho de fábricas, o índice de emprego ou outras questões sociais relevantes. O destaque dado à economia não constitui qualquer surpresa tendo em conta a atual conjuntura de crise económica e o descontentamento social por ela provocada. Os assuntos sobre a crise económica analisados no âmbito regional têm

como exemplos, o aumento do desemprego em Santarém, a falta de meios da Câmara para pagar refeições escolares, a espera de ano e meio para a inauguração de uma escola de Desporto e “o que tem Pires de Lima contra Santarém?”.

Em segundo lugar, destaca-se o tema da política. Mais uma vez, a realidade nacional é enfatizada e analisada ao pormenor no âmbito regional e local.¹²

Nas 52 edições analisadas, o que se verificou foi uma fragmentação dos títulos utilizados. Em termos de hierarquia de importância, de acordo com a frequência, temos a sociedade (5 referências), a justiça (3 referências), a educação (3 referências) e a cultura (2 referências).¹³

4.4 Editorial

“O editorial deve exprimir, na medida do possível, o sentido mais profundo das tensões e fenómenos que se assinalam no quotidiano ou no fluir não transparente da história, aquilo que é determinante para a transformação da vida.”¹⁴

Os editoriais são textos de um jornal em que o conteúdo expressa normalmente a opinião da empresa, da direção ou da equipa de redação, sem a obrigação de ter alguma imparcialidade ou objetividade. Geralmente, grandes jornais reservam um espaço predeterminado para os editoriais em duas ou mais colunas logo nas primeiras páginas internas. Os editoriais são normalmente demarcados com um grafismo diferente para identificar claramente que aquele texto é opinativo, e não informativo.

A linha editorial é expressa pelo modo como cada texto é redigido. Define quais os termos que podem ou não ser usados, e qual a hierarquia que cada tema terá na edição final.

Ao fazer a análise dos editoriais de *O Ribatejo*, tivemos em conta se o diretor do jornal se debruça sobre assuntos que estão na ordem do dia nacional, como a crise económica, ou se os analisa do ponto vista regional. Estes aspetos revelam-se de

¹² CF. Anexo nº 4 - Capa dia 21 de junho de 2012

¹³ CF. Anexo nº 5 - Manchete do dia 2 de fevereiro de 2012

CF. Anexo nº 6 - Manchete do dia 15 de março de 2012

¹⁴ reflexões de Miguel Urbano Rodrigues http://resistir.info/mur/sobre_o_editorial.html

extrema importância porque podem constituir elementos fundamentais para aferir se estamos perante um órgão de comunicação social eminentemente regional.

Como refere Miguel Urbano Tavares Rodrigues, “o editorial somente cumpre a sua função quando consegue revelar ao leitor o lado menos visível dos factos sociais, quando lhe oferece, sem arrogância, a chave para o entendimento de situações, de atitudes, de palavras, de mudanças, de perigos, de crises, de rupturas, enfim de tudo o que é ou pode ser fundamental na montanha de notícias que diariamente nasce da marcha de cada região, do país e do mundo”.¹⁵ Rodrigues considera ainda que “a insistência editorial, quando forçada e sensacionalista, fatiga o leitor e desprestigia o jornal. Mas sempre que os factos a justificam, prende o leitor, confere ao jornal aquela imagem de ser vivo e coerente. Abre-se, então, a ponte que liga o editorial ao corpo do jornal. Pensamos que é indispensável uma interação não só entre a manchete e o editorial, como entre a reportagem, a notícia, o artigo e a pequena nota.”¹⁶ Sendo de execução individual, o editorial aparece como resultante de uma ideia coletiva, de uma atmosfera, de uma síntese harmoniosa de estilos e pessoas diferenciadas sem os quais não existiria aquele corpo vivo autónomo, vocacionado para falar com o leitor e inspirar-lhe confiança”.¹⁷

¹⁵ reflexões de Miguel Urbano Rodrigues http://resistir.info/mur/sobre_o_editorial

¹⁶ reflexões de Miguel Urbano Rodrigues http://resistir.info/mur/sobre_o_editorial

¹⁷ Urbano Rodrigues - intervenção apresentada na Conferência preparatória do I Congresso de Jornalistas Portugueses. Publicada em "O Diário" de 12/dez/1982.

No jornal *O Ribatejo*, ao longo das 52 edições analisadas, podemos constatar uma coincidência temática entre a manchete e o editorial. Esta é uma opção editorial que visa dar mais destaque, relevo e desenvolvimento a determinada questão da realidade sociopolítica analisada.¹⁸



Gráfico n.º10: Temática dos Editoriais

¹⁸CF. Anexo n.º 7- Editorial do jornal *O Ribatejo*

Os editoriais são sempre escritos pela mesma pessoa, o diretor do jornal. No ano analisado, o cargo era ocupado por Joaquim Soares Duarte.


<ul style="list-style-type: none">▶ Nome: Joaquim Soares Duarte.▶ Data de nascimento: 1955 (12 de Outubro).▶ Sexo: Masculino.▶ Habilitações académicas: Frequência do 1.º ano de Antropologia da Universidade Nova de Lisboa.▶ Local de trabalho: <i>O Ribatejo</i>.▶ Órgãos de comunicação social em que trabalhou: <i>Jornal do Fundão e Gazeta do Interior</i>.▶ Ano em que iniciou a profissão: 1978.▶ Estatuto profissional: Director.▶ Profissão dos pais:<ul style="list-style-type: none">▶ Pai: Operário/pequeno industrial.▶ Mãe: Doméstica:	
--	--

Figura nº1: Dados biográficos do diretor do jornal *O Ribatejo*

O diretor dispõe de amplas competências, quer em termos de representação, quer editoriais e organizativas.¹⁹ Os seus textos versam os mais variados assuntos como aspetos locais, económicos, ou políticos. No gráfico nº 10 podemos verificar o número de vezes que os assuntos se repetem. Na categoria “outros”, com 10 referências, encontram-se reunidos outros temas alusivos a aspetos salientes da vida pública com interesse nacional e regional. Miguel Relvas é referenciado e ocupa uma categoria, primeiro por ser uma figura mediática e envolta em situações polémicas decorrentes do seu passado académico, depois pelo facto de ser natural de Tomar o que se reveste também de interesse local e que por isso não deixa de merecer a reflexão do diretor.

¹⁹ Das competências do diretor destacam-se: definir a orientação e a linha editorial da publicação, o que faz, entre outras formas, através dos editoriais que periodicamente escreve; representar o jornal em ocasiões importantes para a vida da publicação; convidar e manter a ligação com os colaboradores mais importantes do jornal; assumir as responsabilidades legais decorrentes dos textos não assinados que são publicados no jornal; e co-responsabilizar-se pelos textos cujo autor está identificado; promover a ligação - tarefa por vezes delicada - entre a administração do jornal, de quem tem a confiança, e a redação; executar as diretivas da administração - gestão de pessoal e de custos, por exemplo - e simultaneamente zelar pelo bom ambiente na redação e pela integridade do produto final; tendo responsabilidades na gestão de pessoal, promoções e constituição das hierarquias que coordena, deve avaliar os jornalistas que com ele trabalham e esforçar-se por agir segundo critérios de justiça e equidade.

4.5 Cobertura

O jornal *O Ribatejo* está sediado no distrito de Santarém, sendo esta a sua área de influência privilegiada. A análise da cobertura, ou seja, da distribuição das notícias pelo território coberto pelo jornal, é fundamental, já que nos permite detetar e perceber como é que o território se reflecte no jornal e, por sua vez, como o jornal certamente tem influência sobre o território.

No entanto, antes de enfrentamos diretamente a análise da cobertura, vamos debruçar-nos de forma sumária sobre a sua história e perceber a distribuição da sua população por concelhos.

4.5.1 Um pouco da sua História ²⁰

Ao longo dos séculos Santarém foi alcançando um lugar preponderante do contexto nacional. Para esta importância não será alheio o seu posicionamento estratégico para o qual o rio Tejo muito veio contribuir como importante via de comunicação. A presença humana na sua área remonta ao Neolítico, mas é na Antiguidade que Santarém começa a adquirir notoriedade.

Por estes motivos Santarém foi escolhida como residência principal de muitos reis e nobres. D. João II, por exemplo, durante o seu reinado – (1481-1495) – viveu mais tempo em Santarém do que em Évora ou Lisboa. Só depois do reinado de D. João II é que os reis de Portugal começaram a residir menos tempo em Santarém evidenciando, desde então, a importância de Lisboa, a partir do Século XVI. Mesmo assim só foi elevada a cidade em 1868.

²⁰ Câmara Municipal de Santarém - <http://www.ribatejo.com/ecos/santarem/sthistor.html#Santarém na História>.

4.5.2. População

Santarém é o grande centro de decisão e o agregado de maior de densidade populacional do distrito, em relação às outras cidades, como se pode verificar no quadro seguinte.

1	Santarém	28 000 habitantes.
2	Entroncamento	18 036 habitantes.
3	Abrantes	17 830 habitantes.
4	Tomar	15 764 habitantes.
5	Torres Novas	12 156 habitantes.
6	Almeirim	10 520 habitantes.
7	Cartaxo	9 507 habitantes.
8	Coruche	9 200 habitantes.
9	Rio Maior	7 412 habitantes.

Quadro nº2: Número de habitantes nas cidades do distrito de Santarém: Fonte: Censo 2011

Quanto à distribuição da população do distrito de Santarém por concelhos, é a seguinte:

Abrantes	39.325
Alcanena	13.868
Almeirim	23.376
Alpiarça	7.702
Benavente	29.019
Cartaxo	24.462
Chamusca	10.120
Constância	4.056
Coruche	19.944
Entroncamento	20.206
Ferreira do Zêzere	8.619
Golegã	5.465

Mação	7.338
Ourém	43.932
Rio Maior	21.192
Salvaterra de Magos	22.159
Santarém	62.200
Sardoal	3.939
Tomar	40.677
Torres Novas	36.717
Vila Nova da Barquinha	7.322
Total	453.638

Quadro nº 3: Número de habitantes nos concelhos do distrito de Santarém - Fonte: Censo 2011

A cidade de Santarém, com cerca de 28 000 habitantes, é capital de distrito e um centro importante de confluência de várias vias de comunicação, com uma importante projeção económica para a vida nacional sobretudo nos sectores agrícola e pecuário.²¹

Santarém é também sede de um município com 560,2 km² de área e 62 200 habitantes (segundo os Censos de 2011), subdividido em 28 freguesias. O município é limitado a norte pelos municípios de Porto de Mós, Alcanena e Torres Novas, a leste pela Golegã e pela Chamusca, a sueste por Alpiarça e Almeirim, a sul pelo Cartaxo, a sudoeste pela Azambuja e a oeste por Rio Maior.²²

²¹ Santarém está integrada na região estatística de Lisboa e Vale do Tejo (NUTS II) de acordo com a nomenclatura das Unidades Territoriais Estatísticas de Portugal que designam as sub-regiões estatísticas em que se divide o território português, de acordo com o Regulamento (CE) n.º 1059/2003 do Parlamento Europeu e do Conselho de 26 de maio de 2003. O Regulamento instituiu uma Nomenclatura Comum das Unidades Territoriais Estatísticas (NUTS).

As sub-regiões estatísticas de Portugal são de três níveis - NUTS I, NUTS II e NUTS III.

Dados da Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional de Lisboa e Vale do Tejo.

²² CF. Anexo nº 8 - Notícias na secção: Região Santarém

A importância de Santarém reflete-se necessariamente sobre os restantes concelhos da área de influência do jornal. É neste concelho que estão concentrados os principais poderes, quer públicos quer privados, que são as fontes de notícia e ainda os anunciantes do jornal.²³ São estes fatores que no nosso entendimento explicam a opção de uma cobertura focalizada na cidade e no concelho escalabitano.

No gráfico seguinte podemos constatar isso mesmo, o grande destaque em percentagem dado ao concelho de Santarém face aos outros concelhos onde a cobertura do jornal também incide.

²³ CF. Anexo nº 8 - Notícias na secção: Região Santarém

Concelhos vs Cobertura

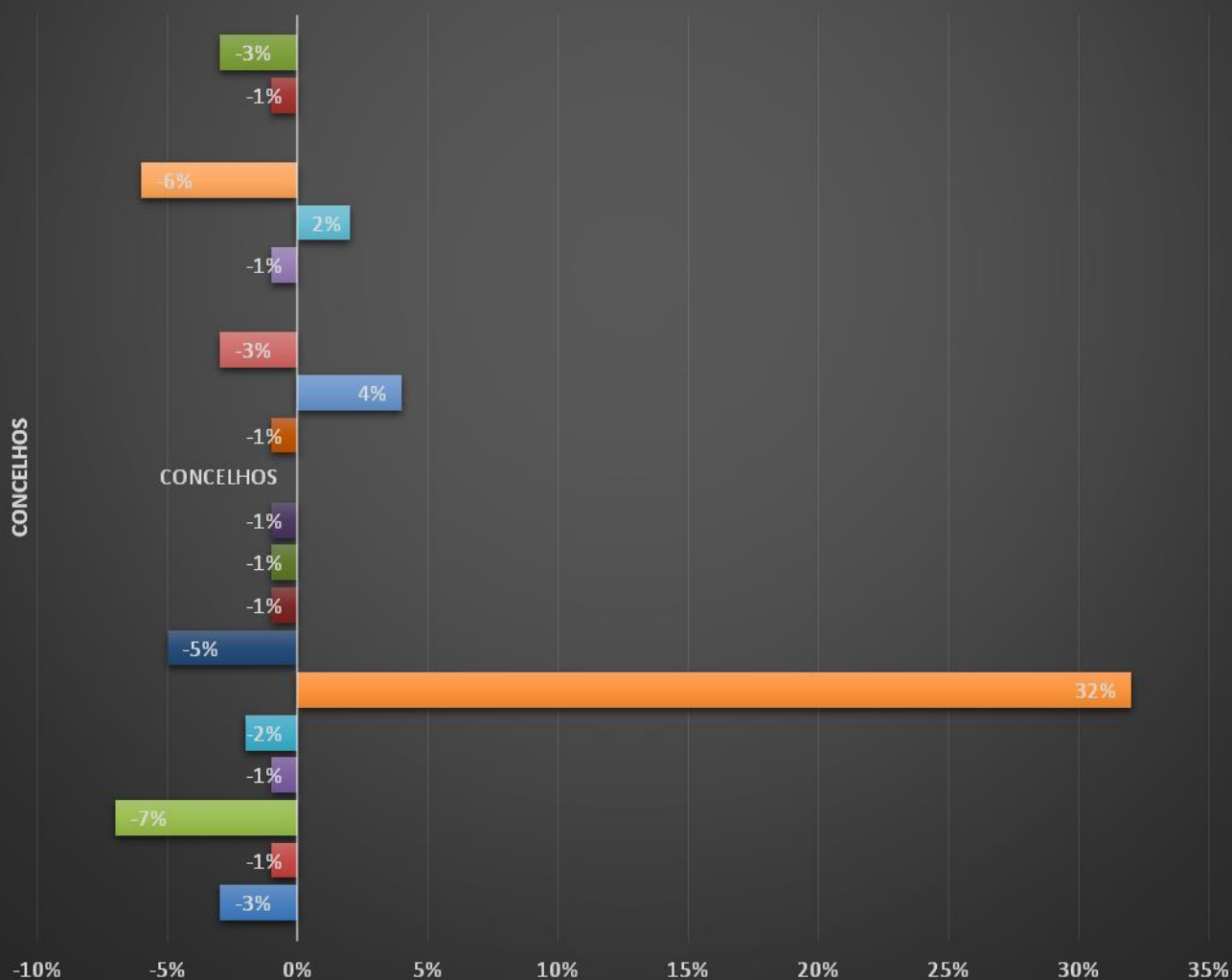


Gráfico nº 11: Cobertura dos concelhos do distrito de Santarém

O gráfico mostra a importância relativa de cada um dos concelhos na cobertura que lhes é dada em termos noticiosos. Analisada a sua importância, em termos populacionais na área de cobertura do jornal, verificamos que apenas o concelho de Santarém (em grande destaque) tem o “share” que a sua importância lhe confere (32%), seguido de muito longe, por exemplo, de Rio Maior (4%) e Cartaxo (2%).

Podemos referir que após uma breve leitura sobre alguns jornais mais antigos de *O Ribatejo*, sem a realização de nenhum estudo qualificado sobre o tema, Santarém nem sempre ocupou no jornal uma tão grande representação relativa, como ocupa no ano onde incidiu este estudo (2012). Pensamos que esta cobertura cada vez mais centralizada em Santarém resulta da falta de recursos humanos que o jornal apresenta atualmente, e que já apresentava em 2012. Com apenas dois jornalistas e o diretor a tempo inteiro na redação, e um corpo comercial hoje bastante mais pequeno, a cobertura tende a ser efetuada junto da sede do jornal, portanto em Santarém.

Assim sendo, em nosso entender, o jornal está a perder um pouco da sua identidade regionalista, em favor de uma identidade mais localizada.

Outro aspeto importante a referir, e que de certa forma vem corroborar a preponderância sociopolítica de Santarém neste domínio, é o facto da tiragem do jornal ser em média de 8.500 exemplares, a grande maioria dos quais distribuídos no concelho de Santarém, cerca de 50%.

Considerando que a maioria dos jornais ficam no concelho de Santarém, onde tem influência concentrada, os restantes jornais acabam por se distribuir pelo resto do distrito. Isto é, por uma população de perto de meio milhão de habitantes, onde só pode ter uma influência diminuta, tanto mais que por todo esse território existem outros órgãos de comunicação que disputam com o jornal *O Ribatejo* a sua influência.

4.6 Géneros Jornalísticos

Se a função do jornal é informar os seus leitores, isso significa, em primeiro lugar, que as notícias são a sua parte constitutiva mais importante:

“O jornal, além das outras funções, que lhe são implícitas, assume o importante papel de fazer um recorte possível dos acontecimentos da sociedade. Ao lado da função

de seleção e de recorte dos factos e acontecimentos, aparece uma outra que lhes é relacionada, a representação da fragmentação do social, em razão da sua própria formatação. O aspeto fragmentário da sociedade contemporânea, remete para uma questão chave, que nos parece estar no centro da discussão sobre a necessidade social da informação e da própria sobrevivência do jornal impresso: as múltiplas representações dos diferentes fragmentos da sociedade estampadas nas páginas do jornal dão uma ideia de coerência das partes”²⁴.

No gráfico seguinte podemos verificar a distribuição de conteúdos pelos três géneros jornalísticos mais utilizados n`*O Ribatejo*, com destaque para a informação, a opinião e o entretenimento.

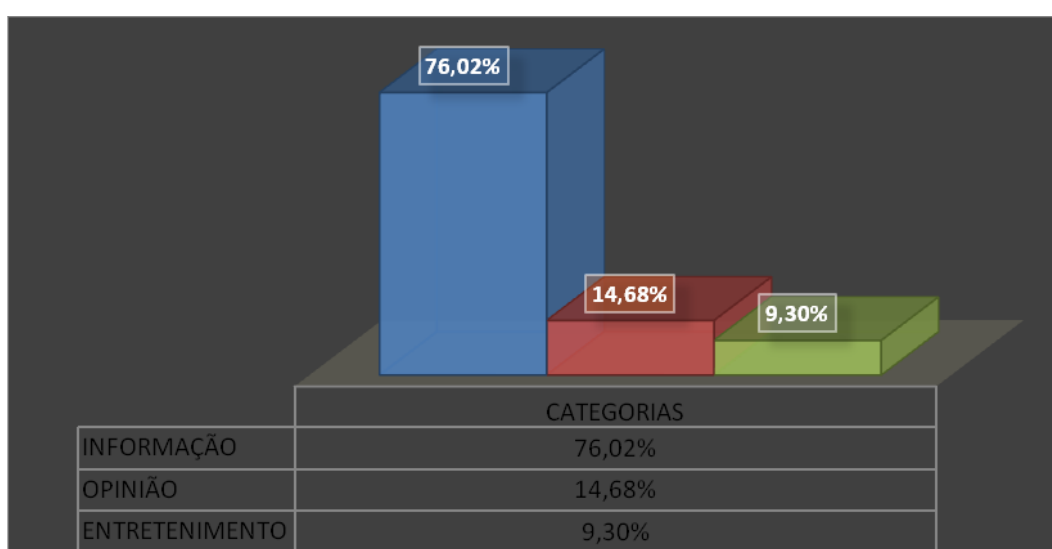


Gráfico nº 12: Géneros Jornalísticos

Durante 2012, ano onde incidiu este estudo, os géneros jornalísticos mais utilizados no jornal *O Ribatejo* são a informação (76,2%), a opinião (14,68%) e, finalmente, o entretenimento (9,30%). Verificamos, assim, a preponderância da informação o que se afigura como normal na estrutura de um jornal.

Esta situação adquire uma importância redobrada nos jornais regionais e locais já que, em boa medida, as populações carecem de informação mais especializada. Contudo, muita da imprensa regional e local, talvez por falta de jornalistas no ativo, dá primazia à opinião em detrimento da informação. Como vemos, não é, porém, o caso d`*O Ribatejo*.

Como referimos anteriormente, falamos de jornalismo de proximidade quando o jornalista está em constante contacto com a realidade local e que não depende por isso

²⁴ Hérís Arnt (UERJ)

de agências noticiosas. Talvez também por isto haja um elo de ligação entre quem faz o jornal e a população por ele servida. O diretor e toda a equipa de redação estão no meio da população, logo diretamente em contacto com aqueles que são objeto de informação e de análise crítica.

Como refere Carlos Camponez, “antes de sermos globais, somos locais”. O jornalismo regional e local liga-se com o que o rodeia, na proximidade dos factos, e só depois nos macro-assuntos de interesse nacional e internacional. Aliás, uma das funções do jornalismo regional e local é mostrar as incidências regionais e locais do que se passa a nível nacional e global, permitindo aos seus leitores uma visão do impacto da realidade global no seu contexto de vida. Por exemplo, no jornal *O Ribatejo* existe uma divulgação constante relativa a pequenas localidades que, de outra forma, seria muito pouco provável, se não impossível, que tivessem algum destaque num órgão de comunicação que não o local ou regional.²⁵

Para compreendermos melhor esta divisão em géneros jornalísticos, importa definir o seu conteúdo e importância que assumem dentro do jornal.

Dentro dos géneros jornalísticos, a notícia ganha maior destaque, já que é o recurso mais utilizado para veicular a informação. No jornal *O Ribatejo* a notícia caracteriza-se pela linguagem direta e formal. Tem carácter informativo e é escrita de forma impessoal, frequentemente fazendo uso da terceira pessoa. Inicia-se com o *lead*, a que se segue o corpo da notícia. Enquanto na primeira parte estão registadas as principais informações do facto, no corpo do texto estão presentes os detalhes (relevantes ou não), as causas e as consequências dos factos, como, onde e com quem aconteceu, e a sua possível repercussão na vida das pessoas. Pode ter, ou não, um público-alvo específico (jovens, políticos, idosos, famílias). Caso o tenha, a linguagem poderá ser adaptada para um melhor entendimento.

Foi interessante verificar uma particularidade neste jornal, que se insere numa lógica de captar a atenção do leitor. Trata-se da utilização de uma única palavra (em negrito e a vermelho) para fazer um sumário do conteúdo da notícia por forma a elucidar o leitor sobre o assunto em questão ou de cativar um leitor mais despreocupado.²⁶

²⁵ CF. Anexo nº 9 - Notícias sobre algumas localidades

²⁶ CF. Anexo nº 10 - Notícias Notícias com destaque (bold vermelho)

Para a análise dos textos do jornal foram tidos em consideração as seguintes premissas:

- O título principal e um título auxiliar para uma determinada notícia;
- As imagens e a redacção das notícias;
- Como são explorados os elementos básicos da notícia: o que aconteceu, quando, onde, como, porquê;
- Como são exploradas as circunstâncias que aparecerem: onde, quando....

A crónica é, primordialmente, um texto escrito para ser publicado no jornal. O facto de ser publicada no jornal já lhe determina uma vida curta, pois à crónica de hoje seguem-se muitas outras nas edições seguintes. Geralmente, as crónicas apresentam uma linguagem simples e espontânea. Isso contribui também para que o leitor se identifique com o cronista, que acaba tornando-se o porta-voz daquele que lê.

“Os cronistas são personalidades de peso e reconhecido mérito social, intelectual, ou outro, que asseguram rubricas de opinião fixas nos jornais onde colaboram. Em geral é possível avaliar a pujança, qualidade, e mesmo a linha ideológica de um jornal através da análise do elenco de colunistas que integram a publicação. Ao contrário dos editoriais, e dos artigos de opinião não assinados, os trabalhos dos colunistas não representam a linha editorial do jornal nem comprometem toda a publicação e os que nela trabalham” (Gradim: 2000).

O espaço destinado à opinião ocupa um lugar importante no jornal (13%), com vários cronistas qualificados que, em campos devidamente identificados, promovem a reflexão sobre temas da atualidade, não só regional como também de índole nacional.²⁷ São pessoas com destaque na sociedade regional ou mesmo nacional, cujo estatuto, posição e nível intelectual lhes granjeia um lugar de relevo na sociedade regional e que se comportam como autênticos formadores de opinião o que, portanto, constitui uma mais-valia para o jornal e até um motivo de fidelização de leitores. O tom das suas crónicas, por vezes sarcástico e descontraído, recheado de humor, torna os seus artigos de fácil leitura. Armando Fernandes, Eurico Consciência, João Salvador Fernandes,

²⁷CF. Anexo n.º 10 - Crónicas do jornal *O Ribatejo*

Beja Santos, Luís Eugénio Ferreira, Daniel Abrunheiro são alguns dos “cronistas residentes” do semanário *O Ribatejo*. Escrevem sobre a realidade local e mesmo nacional, não havendo uma linha condutora sobre as suas reflexões. A título de exemplo, Eurico Consciência tem um estilo muito próprio de fazer opinião. Eurico Consciência autor da crónica “Crónicas de Mal Dizer” utiliza as palavras e as situações procurando ironizar sobre os temas em apreço. O sarcasmo, a ironia e subtileza são denominadores comuns da sua escrita, e seguramente constituem, neste jornal, um motivo de interesse. Em tom ligeiro e de leitura fácil, o cronista capta a atenção do leitor e faz passar a sua mensagem. Neste estudo, são as crónicas de Eurico Consciência que despertam mais atenção, em virtude das singularidades deste cronista. Beja Santos, por outro lado, numa perspectiva de defesa do consumidor também tem uma audiência significativa.²⁸

O Entretenimento ocupa uma parte reduzida do conteúdo do jornal no ano por nós analisado. Traduz-se na inserção do horóscopo e alguns aspetos da agenda festiva e recreativa da região, aspetos que deixam patente o seu carácter de um jornalismo de serviço e utilitário. Estes conteúdos são, na sua maioria, assegurados por colaboradores exteriores à equipa de redação. É também comum a alusão a espetáculos, a manifestações culturais de variada espécie, relativas a atividades recreativas e lúdicas.

²⁸ As afirmações resultam do contacto informal com o público leitor, não tendo havido um estudo científico sobre este tema.

4.7 Organização Temática

O jornal apresenta uma organização temática diversificada que se desenvolve entre política, desporto, saúde, cultura, economia/negócios, educação, entrevista e ambiente, tal como se verifica no gráfico n° 13.²⁹

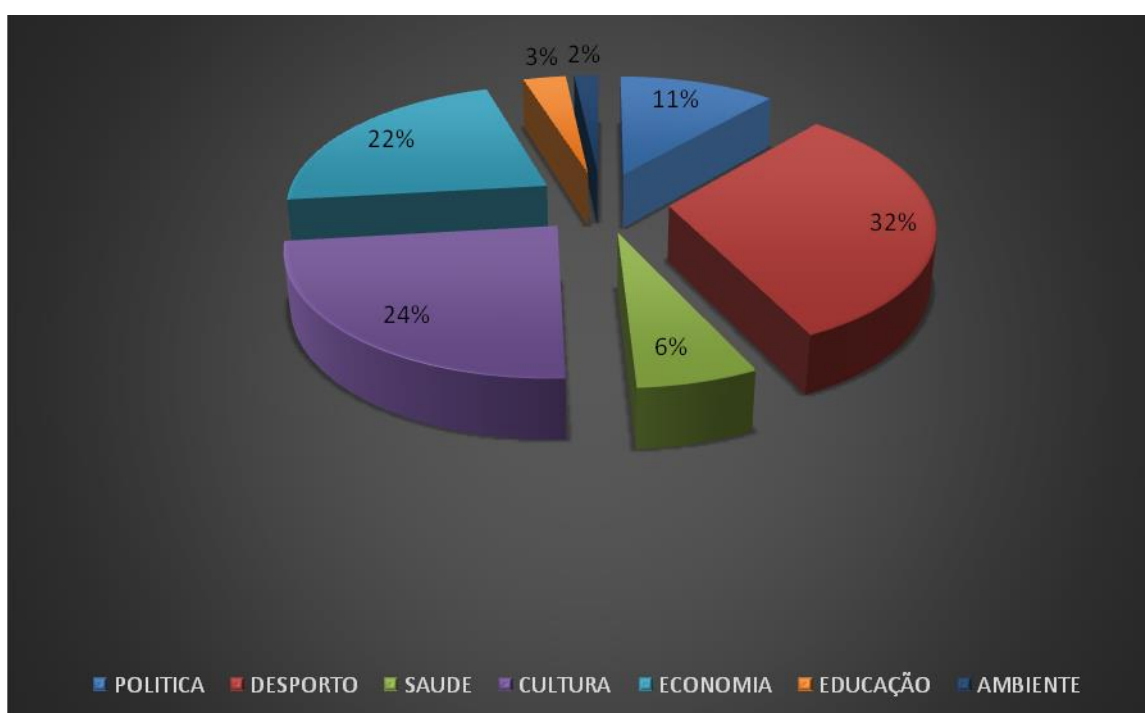


Gráfico n° 13: Organização temática

A análise relativa à organização temática permitiu-nos concluir que os temas assumem a seguinte representação: Cultura (24%), Economia (22%), Saúde (6%) Desporto (32%), Política (11%), Ambiente (2%) e Educação (3%).

Uma vez que a agenda sociopolítica é determinada pelas autarquias e pelos poderes instituídos nos municípios, é normal que o jornal reflita essa realidade na sua agenda informativa. Poderíamos pensar que deveria ser de outro modo, mas a falta de

²⁹CF. Anexo n° 11 - Notícias de Política
CF. Anexos n° 12 - Notícias de Desporto
CF. Anexo n° 13 - Notícias de Cultura & Espetáculos
CF. Anexo n° 14 - Notícias de Negócios

recursos humanos tem aqui certamente um dos seus principais efeitos. Embora esta constatação não se apoie em análise expressa neste trabalho, pois não constava da grelha de análise inicial, ela impôs-se ao longo do trabalho pelo continuado contacto com as várias matérias publicadas.

Outro aspeto relevante reside no facto da secção desportiva se manter no mesmo lugar, constante em todas as edições, quase no final do jornal. Ao longo do período analisado, o desporto ocupa entre 4 a 6 páginas dependendo dos calendários das provas ou dos campeonatos.

A economia também ocupa um lugar de destaque, devido a aspetos macroeconómicos da nossa realidade social e seus impactos nas populações.

Na figura seguinte podem detetar-se alguns exemplos das secções apresentadas no jornal na edição de 15 março de 2012.



4.8 Agentes Sociais

Vários são os autores que se têm debruçado sobre o papel dos agentes sociais nos órgãos de comunicação social.

Bourdieu é um exemplo. Para o autor, “a sociedade é constituída por um conjunto de campos. Nestes, há lutas: cada um tenta preservar e, se possível for, melhorar a sua posição”.³⁰ Portanto, segundo Bourdieu, “existe um espaço para as lutas, mas o desenrolar e o desfecho destas dependem dos recursos que as sustentam, isto é, afinal de contas, da posição social de quem age: o princípio de inteligibilidade da

³⁰ (Bourdieu, 2007).

atividade não é a própria atividade, mas a estrutura social dos capitais investidos na atividade”. Por isso, Bourdieu não fala de atores, mas de agentes sociais.

Neste estudo foi feita uma análise dos agentes sociais, distribuídos por cinco categorias: grandes agentes, pequenos agentes, especialistas, cronistas e ainda a categoria residual de “outros”.

Entre os grandes agentes sociais foram classificados os presidentes das autarquias, os altos cargos da administração pública e privada, os administradores, os ministros, os secretários de estado, os dirigentes partidários, os deputados, presidentes de associações e similares.

Entre os pequenos agentes foram incluídos, por exemplo, Centros de Emprego do Instituto de Emprego e Formação Profissional (IEFP), as associações agrícolas, comerciais e económicas, as escolas e os agrupamentos de escolas, os clubes de futebol, os institutos politécnicos, os grupos de teatro e similares.

No estudo ainda considerámos a categoria “especialistas”, onde foram incluídos todos os especialistas das várias áreas. O mesmo na categoria dos “cronistas”.

Na nossa análise, ainda foram consideradas outras entidades que, pela sua dispersão e por questões de facilidade de estudo, foram classificados na categoria “outros”. Nela se incluem as corporações policiais, como a PSP e a GNR, assim como as corporações de bombeiros, etc.

Tal como se pode verificar no gráfico nº 14, o grande destaque centra-se nos autarcas, incluídos na categoria “grandes agentes”.

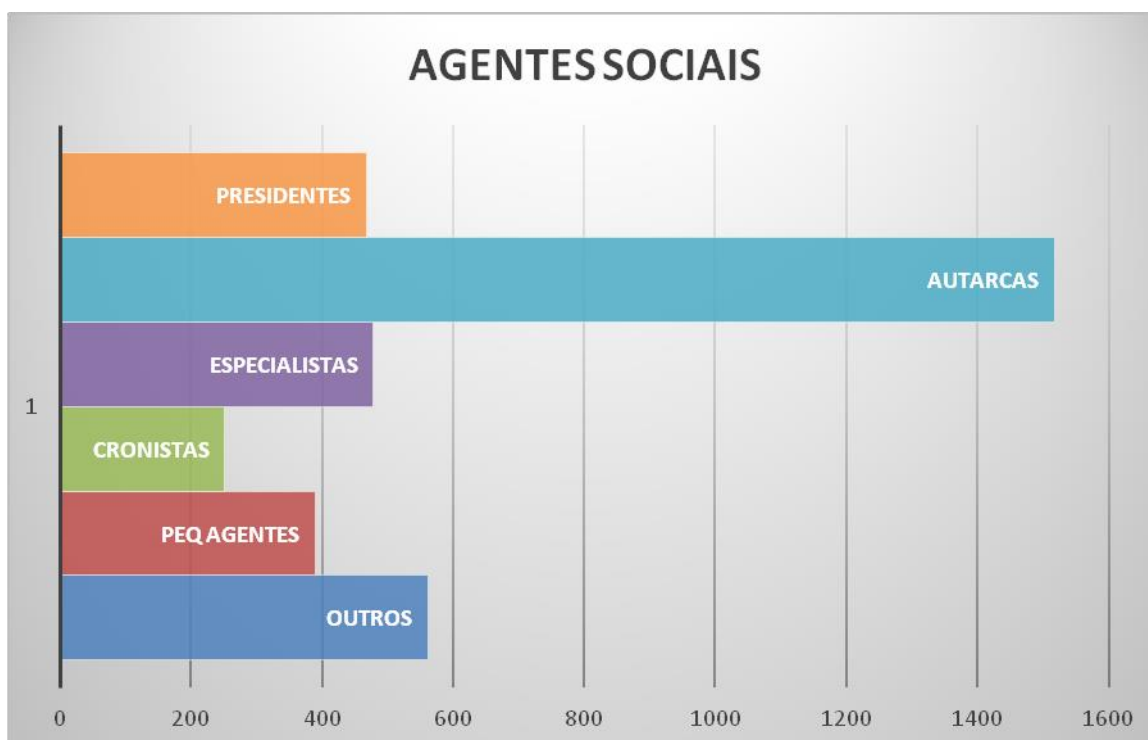


Gráfico nº14: Agentes sociais

Os autarcas são, entre os agentes sociais, os mais referenciados ao longo das 52 edições analisadas. Podemos assim verificar que a ação do jornal é em grande medida determinada pela agenda sociopolítica do poder local, representado pelos presidentes de câmaras e vereadores com pelouros atribuídos.

Este facto está sem dúvida relacionado com a aquisição de publicidade institucional bem como a realização de cadernos e suplementos “especiais”, pagos, onde a mensagem oficial é igualmente veiculada.

Como se pode verificar nos dados acima apresentados, a percentagem ocupada pelos autarcas, com quase 1600 referências, ou seja 41,39%, é reveladora da importância destes agentes sociais na linha jornalística deste órgão de comunicação social.

Já a categoria “outros” inclui cerca de 600 referências (15,33%). Este valor deixa patente a projeção e visibilidade que o jornal confere a estas entidades, por exemplo, a GNR ou os bombeiros, procurando desta forma refletir a realidade local, com as suas ocorrências diárias.

Importa destacar também a preponderância de algumas super-estruturas regionais, que estão incluídas na secção “outros” e que assumem um papel de destaque ao longo do conteúdo do jornal, pois são referenciadas vezes e vezes sem conta, por exemplo, NERSANT, Comunidade Intermunicipal de Lezíria e outras entidades que englobam vários concelhos.

Face aos outros agentes sociais, neste caso os “especialistas” e os “pequenos agentes”, o espaço por eles ocupado no corpo do jornal é relativamente menor, em relação àquele destinado aos grandes agentes. O último lugar é ocupado pelos “cronistas” o que confirma *O Ribatejo* como um jornal de notícias mais do que de simples opinião.³¹

4.9 Publicidade

A publicidade ocupa um lugar central na economia de mercado. Por definição, “a publicidade é o ato ou o efeito de dar a conhecer um produto ou um conjunto de produtos, incitando ao seu consumo. Pode ser entendida como a arte de convencer, persuadir e seduzir. É um processo comunicativo que difunde informação através de diferentes meios, tais como a televisão, a rádio, a internet, e a imprensa escrita (jornais e revistas).”³²

Segundo Willian Bernbach, fundador de uma das primeiras agências dos EUA, existem dois tipos de publicidade de acordo com as estratégias de marketing utilizadas e quanto ao seu formato.

A publicidade comercial tem como objetivo persuadir o destinatário a adquirir um determinado produto. É aquela que é dominante na comunicação social e, por isso, a que trás mais proventos financeiros ao jornal.

³¹ CF. Anexo nº 15 - Grandes agentes sociais - autarca
CF. Anexo nº 16 - Agentes sociais - Nersant

³² DL n.º 330/90, de 23 de outubro

A publicidade institucional tem como objetivo incitar as pessoas a realizar ações que dizem respeito ao bem-estar da comunidade, como por exemplo, campanha de prevenção acidentes, prevenção de doenças, ações de solidariedade. Esta publicidade pode ser considerada a atividade publicitária que não visa fins lucrativos. O seu objetivo primordial é divulgar uma mensagem de cunho social, cultural ou cívico como as campanhas de apelo ao voto ou à doação de sangue, ou ainda ao consumo responsável de bebidas e ao respeito pelas leis de trânsito.

De salientar que a publicidade institucional tem um carácter mais expositivo, visa uma associação de valores com uma empatia que pode vir a gerar futuros ganhos à instituição. Ou seja, fica subentendido que a publicidade institucional visa tanto o público interno como o público externo, veiculando determinados preceitos que irão afirmar a instituição de um ponto de vista simbólico na comunidade em que está inserida.

Além destas duas categorias considerámos pertinente introduzir mais duas categorias, publicidade particular e classificados, pela importância que ocupam na estrutura do jornal.

O anúncio classificado é um texto pequeno, conciso, que transmite as principais informações para compra, venda, aluguer ou mesmo troca de imóveis, veículos e outros bens, como também oferece serviços e empregos. Tem uma finalidade persuasiva. A “resposta” que se tenta obter do leitor é que ele entre em contacto com o anunciante.

A publicidade particular é caracterizada como aquela que não procura fins comerciais colectivos, como será o caso de médicos e advogados em nome individual.

No gráfico seguinte iremos verificar o tipo de publicidade que predomina no jornal *O Ribatejo*.

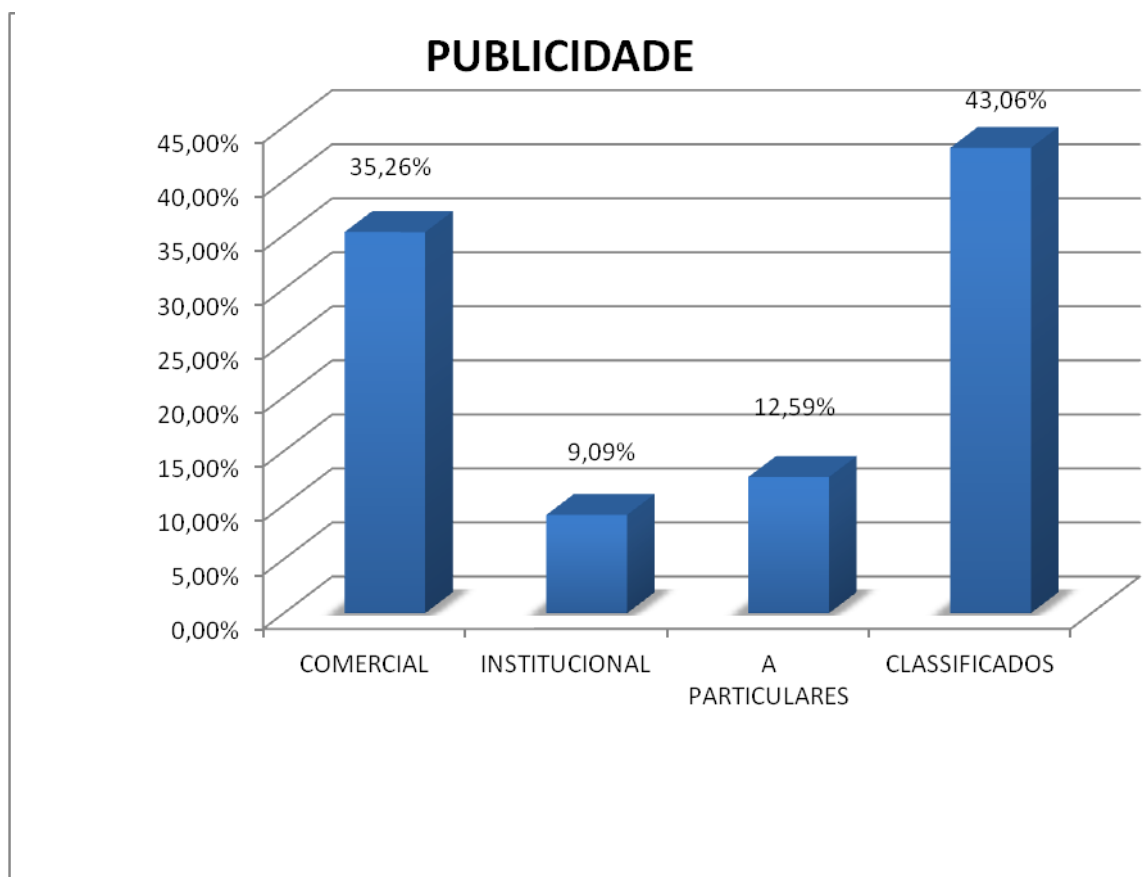


Gráfico nº15: Publicidade

A publicidade institucional representa neste jornal 9% do total de publicidade. É, em grande maioria, paga pelas autarquias e alguns organismos públicos que, desta forma, pretendem expôr as suas acções ou dar cumprimento a alguns requisitos legais relacionados com a sua actividade.

Fora desta publicidade institucional ficaram os suplementos ou cadernos, que não são publicidade mas são pagos, cujos objectivos são a divulgação das actividades das autarquias e entidades oficiais. Estes conteúdos são essencialmente trabalhos jornalísticos, de divulgação de determinada iniciativa ou entidade. A diferença que assumem relativamente ao trabalho editorial dos jornais é que são pagos e surgem identificados como um trabalho “especial”. Esta questão merece alguma reflexão já que muitos destes suplementos ou cadernos são assinados por jornalistas, o que em termos ético-profissionais é no mínimo discutível.

Os classificados, por sua vez, são a maior fatia da publicidade do jornal representando cerca de 43% do total de publicidade, valor substancialmente superior face à publicidade comercial que apenas se situa nos 35 % do mercado. Trata-se, porém, de pequenos anúncios pelo que, embora sejam em maior número, ocupam relativamente menos espaço e representam menos receita que a publicidade comercial. A publicidade particular representa cerca de 13% do total de publicidade.³³

A publicidade introduz no jornal um conflito permanente e insolúvel: para os jornalistas o jornal deve ser jornalismo, para a administração o jornal precisa de realizar receitas que vêm sobretudo da publicidade. Os trabalhos jornalísticos roubam espaço à publicidade e a publicidade rouba espaço aos trabalhos jornalísticos. Por outro lado, os jornalistas precisam de receber os seus vencimentos e as outras despesas dos jornais precisam ser pagas e a publicidade não se vende se não houver um trabalho jornalístico de qualidade que atraia leitores.

Assim, a publicidade é determinante para a sustentabilidade dos projetos editoriais, é cada vez mais crucial para a manutenção de um jornal, ultrapassando, em larga escala, o valor que outrora representavam as assinaturas e as vendas em banca. Esta situação pode, muitas vezes, eventualmente condicionar os critérios editoriais, na medida em que algum trabalho de jornalismo pode “prejudicar” alguma possível publicidade.

O facto de atravessarmos uma conjuntura económica difícil faz com que cada vez mais os anunciantes tendam a limitar a utilização da publicidade paga nos jornais. Em última, esta situação de crise tem levado ao encerramento de alguns órgãos de comunicação, nomeadamente os jornais locais e regionais, que são na sua maioria estruturas empresariais de pequena dimensão, e portanto bastante vulneráveis.

Por isso mesmo, como não há jornalismo sem sustentabilidade económica dos jornais, é sempre difícil encontrar o equilíbrio entre a profissionalidade e a ética do jornalista e a necessidade de procurar assegurar as fontes de financiamento que assegurem essa sustentabilidade. Este é seguramente mais difícil de resolver no jornalismo regional e local.

³³CF. Anexo nº 17 – Publicidade - Classificados
CF. Anexo nº 18 – Publicidade - Particular

4.10 Fontes

“As fontes são pessoas, grupos, instituições sociais ou vestígios – falas, documentos, dados... As fontes remetem para posições e relações sociais, para interesses e pontos de vista, para quadros espaço-temporalmente situados. Em suma, as fontes a que os jornalistas recorrem são entidades interessadas, quer dizer, estão implicadas e desenvolvem a sua atividade a partir de estratégias e com táticas bem determinadas” (Lopez-Escobar: 1998).

Fontes de notícias podem também ser organizações ou grupos sociais que se encontram envolvidas direta ou indiretamente em factos ou eventos, que agem de forma proactiva, ativa, passiva ou reativa, sendo confiáveis, credíveis ou duvidosas, de quem os jornalistas obtêm informações de modo declarado ou confidencial para transmitir ao público informações utilizando um meio de comunicação social.

No Estatuto do Jornalista o direito ao acesso a fontes de informação tem as seguintes premissas: ³⁴

“1 — O direito de acesso às fontes de informação é assegurado aos jornalistas:

a) Pelos órgãos da Administração Pública enumerados no n.º 2 do artigo 2.º do Código do Procedimento Administrativo;

b) Pelas empresas de capitais total ou maioritariamente públicos, pelas empresas controladas pelo Estado, pelas empresas concessionárias de serviço público ou do uso privativo ou exploração do domínio público e ainda por quaisquer entidades privadas que exerçam poderes públicos ou prossigam interesses públicos, quando o acesso pretendido respeite a atividades reguladas pelo direito administrativo.

2 — O interesse dos jornalistas no acesso às fontes de informação é sempre considerado legítimo para efeitos do exercício do direito regulado nos artigos 61.º a 63.º do Código do Procedimento Administrativo.

3 — O direito de acesso às fontes de informação não abrange os processos em segredo de justiça, os documentos classificados ou protegidos ao abrigo de

³⁴ Lei 1/99 de 13 de janeiro

legislação específica, os dados pessoais que não sejam públicos dos documentos nominativos relativos a terceiros, os documentos que revelem segredo comercial, industrial ou relativo à propriedade literária, artística ou científica, bem como os documentos que sirvam de suporte a atos preparatórios de decisões legislativas ou de instrumentos de natureza contratual.

4 - A recusa do acesso às fontes de informação por parte de algum dos órgãos ou entidades referidos no n.º 1 deve ser fundamentada nos termos do artigo 125.º do Código do Procedimento Administrativo e contra ela podem ser utilizados os meios administrativos ou contenciosos que no caso couberem.

5 - As reclamações apresentadas por jornalistas à Comissão de Acesso aos Documentos Administrativos contra decisões administrativas que recusem acesso a documentos públicos ao abrigo da Lei n.º 46/2007, de 24 de Agosto, gozam de regime de urgência”.³⁵

Roberta Scheibe considera que as “fontes institucionais representam aquelas fontes detidas pelo Estado, por instituições ligadas ao Estado ou por empresas e organizações não-governamentais. No meio jornalístico, são tidas como as mais confiáveis dada a sua proximidade com os órgãos decisores. No entanto, podem falsear a realidade para preservar interesses próprios, para beneficiar grupos dominantes, por corporativismo, militância, ou em função de lutas internas pelo poder”. As fontes não oficiais ou oficiosas “são aquelas que estão reconhecidamente ligadas a uma entidade ou indivíduo, mas que não estão autorizadas a falar em nome dela ou dele. No entanto não deixam de veicular a informação determinante para a execução do trabalho noticioso”.³⁶

As fontes são uma questão essencial para o trabalho jornalístico. Por um lado, sem fontes não há jornalismo. Por outro, da qualidade das fontes decorre a maior ou menor credibilidade dos trabalhos do jornalista. Na elaboração do presente estudo foram consideradas as quatro seguintes categorias: fontes oficiais com referência, fontes oficiais sem referência, fontes não oficiais com referência, fontes não oficiais sem referência.

³⁵ http://www.ccpj.pt/legisdata/lglei1de99de13dejaneiro_b.htm

³⁶ <http://robertascheibe.wordpress.com/2011/05/19/fontes-jornalisticas/>

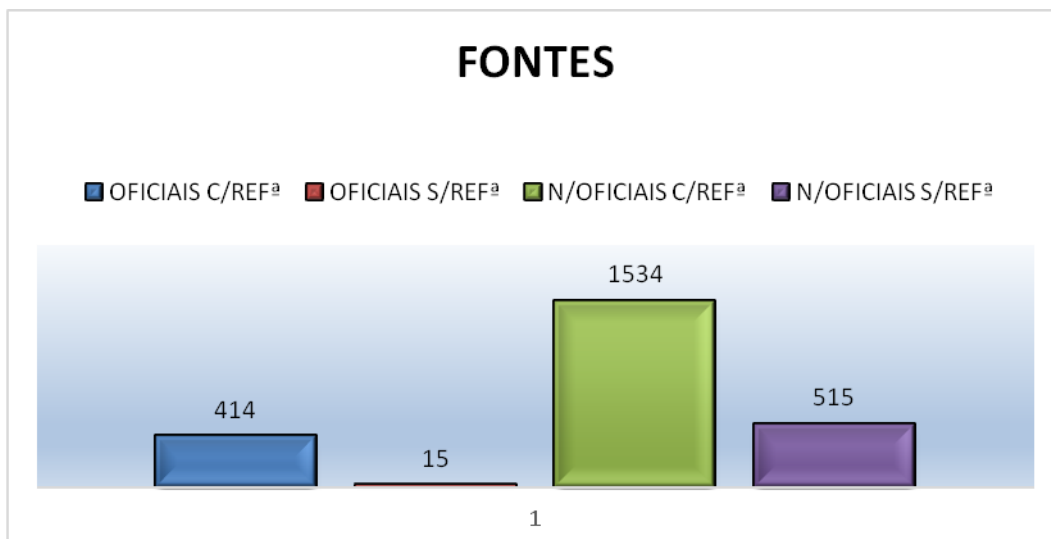


Gráfico 16: Fontes de Informação

Com este estudo relativo às fontes, procurámos estabelecer primeiramente, uma diferenciação entre as fontes oficiais e não oficiais e dentro destas, numa segunda fase, as fontes com ou sem referência. Assim, relativamente ao jornal *O Ribatejo*, o que verificámos foi a prevalência das fontes não oficiais com referência (1534 ocorrências, representando 61,90% do total) sobre as restantes fontes de informação. As fontes oficiais sem referência e as fontes não oficiais sem referência têm sensivelmente a mesma importância relativa (515 ocorrências, 20,78%, e 414 ocorrências, 16,71%, respetivamente). Por último, as fontes oficiais sem referência adquirem uma posição quase insignificante (15 referências, ou seja 0,61%).

No nosso entendimento, a utilização das fontes não oficiais com referência são uma presença constante no jornal porque existe uma preocupação em salvaguardar as fontes, sem que, com isto, não se deixe de veicular a informação pretendida. Numa altura em que o imediatismo noticioso requer prioridade absoluta, nem sempre as fontes oficiais e com referência, que serão as mais credíveis, se mostram disponíveis para, em tempo útil, responder às solicitações dos jornalistas.³⁷

³⁷CF. Anexo nº 19 - Fonte de Informação

5. Conclusão

Na introdução à obra *Ágora. Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades*, Vítor Amaral observa que “no complexo paradigma da relação entre o campo jornalístico e a sociedade democrática, a imprensa regional tem especial importância no contributo para a ‘regeneração’ de um espaço público local (Correia: 2012, p. 1). O estudo por nós levado a cabo confirma esta ideia, deixando patente o papel relevante desempenhado por um jornal regional na formação da opinião pública mas também na preservação da identidade de uma comunidade.

O presente estudo, centrado na análise do jornal *O Ribatejo*, permitiu-nos ainda concluir que:

- Em Portugal, começa a existir na cena regional um novo tipo de jornalismo em que a proximidade é uma prioridade. No caso em apreço, a proximidade é sempre o primeiro critério de noticiabilidade a ter em conta em todas as etapas da construção das notícias.

- *O Ribatejo* encontra-se sediado no concelho de Santarém, grande centro de decisão e área de maior de densidade populacional do distrito. São estes fatores que, no nosso entender, determinam as opções editoriais focalizadas na cidade e no concelho escalabitano. Outros aspetos contribuem para esta realidade, não sendo de descurar o facto de ser neste concelho que estão centrados os principais anunciantes do jornal.

- O facto de o concelho de Santarém ser o centro das notícias deve-se também à reduzida equipa de redação. *O Ribatejo* apenas tem dois jornalistas a tempo inteiro, um número claramente reduzido para a extensa e vasta área de cobertura do jornal.

- A escassez de recursos obriga a que, em muitas situações, o jornal tenha de recorrer a colaboradores que não pertencem ao quando da empresa. Esta situação é particularmente evidente quando se torna necessário fazer cobertura para além do concelho de Santarém.

- Para além da cobertura noticiosa nos concelhos do distrito, e sobretudo na cidade e concelho de Santarém, o trabalho de notícia e de reportagem é muitas vezes focalizado e referente a questões de âmbito nacional. No entanto, mesmo nestas situações, é possível detetar um enfoque de âmbito regional.

- Ao longo das 52 edições analisadas, podemos concluir que o jornal dedica grande parte das suas páginas à informação. Os seus textos versam os mais variados assuntos como aspetos locais, económicos ou políticos. A notícia caracteriza-se pela linguagem direta e formal. Tem um carácter informativo e é escrita de forma impessoal. Pode ter ou não um público-alvo específico. Caso o tenha, a linguagem poderá ser adaptada para um melhor entendimento. Talvez por falta de jornalistas no ativo, muita da imprensa regional e local, dá primazia à opinião em detrimento da informação, mas, como pudemos constatar, não é este o caso d`*O Ribatejo*.

- A publicidade é entendida como algo determinante para a sustentabilidade dos projetos editoriais. É cada vez mais crucial para a manutenção de um jornal, ultrapassando, em larga escala, o valor que outrora representavam as assinaturas e vendas em banca. Comum a toda a imprensa, esta situação, evidencia-se sobretudo na imprensa local e regional.

- O facto de atravessarmos uma conjuntura económica difícil faz com que cada vez mais os anunciantes tendam a limitar a utilização da publicidade paga nos jornal. Esta realidade tem levado ao encerramento de alguns órgãos de comunicação, nomeadamente de jornais locais e regionais. Tratando-se de estruturas empresariais de pequena dimensão, a sua vulnerabilidade a situações de crise é maior.

Este estudo de caso leva-nos a concluir que é crucial desafiar as empresas de comunicação social regionais e locais a pensarem na elaboração de projetos mais ambiciosos e a promoverem a cooperação entre quem os financia e quem os executa.

É necessário incentivar e salvaguardar a possibilidade de empresas menos ambiciosas e com menor capacidade poderem apresentar projetos com menores níveis de investimento. O QREN, Quadro de Referência Estratégica Nacional, pode ser um

exemplo de um fundo de investimento aplicável ao setor da comunicação social de âmbito regional e local, para a qualificação e o crescimento do próprio órgão.

Em conclusão, pensamos que há uma série de questões a melhorar no âmbito regional e local, mas consideramos que as comunidades carecem desta informação mais especializada e portanto estes projetos são essenciais para uma comunidade mais instruída e conhecedora do meio que a envolve.

Muitas vezes, a imprensa regional é a única forma de se saber as notícias do bairro, do fundo da rua cujo interesse seria naturalmente descurado por meios de comunicação maiores e afetos a grandes unidades económicas e territoriais. Assim sendo, este tipo de informação é determinante para preservação das tradições e da memória bem como para o serviço de atualidade de âmbito mais local.

No estudo foram assinaladas as principais mais-valias que um jornal regional pode trazer para o desenvolvimento de uma região, assim como algumas das suas debilidades. No caso concreto, a maior lacuna do jornal *O Ribatejo* passa pela falta de mão-de-obra especializada. Devido a este facto a informação está cada vez mais localizada, centrada em Santarém, fugindo aos princípios de uma cobertura regional.

Por fim podemos referir que, em nosso entender, o jornalismo regional e local tem tudo a ganhar com o aproveitamento das novas tecnologias, com uma boa estratégia empresarial e uma estratégia de informação centralizada na proximidade.

FONTES E BIBLIOGRAFIA

Imprensa

- Jornal *O Ribatejo* de 05 de janeiro a 27 de dezembro de 2012

Monografias

ACCARDO, A. (2006), *Introduction A Une Sociologie Critique: Lire Bordieu*, Agone, coll. « Eléments », Paris.

BANDEIRA, F. (2007), “A Presença na Internet dos Jornais Locais Portugueses”, in *Revista da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais*, Porto, pp. 80-91.

BASTOS, Helder (2010), *Origens e evolução do ciberjornalismo em Portugal – Os primeiros quinze anos (1995-2010)*. Porto, Edições Afrontamento.

CAMPONEZ, C. (2002), *Jornalismo de Proximidade*, Minerva, Coimbra.

_____ (2011), *Deontologia do Jornalismo*, Almedina, Coimbra.

CASCAIS, F. (2001), *Dicionário de Jornalismo*, Editorial Verbo, Lisboa.

CORREIA, J. (org.) (2012), *Ágora Jornalismo De Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades*, LabCom Books, Covilhã.

DUARTE, F. (2005), *Informação de Proximidade Jornais e Rádios*, Âncora Editora, Lisboa.

GARCIA, X., MERCADÉ, J. (2007), *Periodismo de Proximidad*, Editorial Sintesis, Madrid.

GRANADO, António (2002), *Os media portuguesas na Internet* [<http://ciberjornalismo.com/mediaportugueses.htm>].

ARNT, H. (2002), *A Influência da Literatura no jornalismo, O Folhetim e a Crónica*, E-papers, Brasil.

JERÓNIMO, Pedro (2010), “A memória da imprensa regional: Análise crítica da preservação e ao acesso de conteúdos digitais” in *Páginas a&b*, 5, Série 2, pp. 165-181. [<https://pedrojeronimo.files.wordpress.com/2010/09/a-memoria-da-imprensa-regional.pdf>]

_____ (2011), *O Uso da Internet na Imprensa Regional Portuguesa*, Universidade do Porto, Porto.

_____ (2012), “Jornalismo de proximidade em transição para a Internet” in *Estudos em Jornalismo* n° 1, Dezembro, pp. 40-52.

_____ (2013), *Ciberjornalismo de proximidade: A construção de notícias online na imprensa regional em Portugal*, Tese de Doutoramento. Porto, Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

_____ ; BASTOS, Helder (2012), “Jornalismo de proximidade em transição para a Internet” in *Revista Estudos de Jornalismo* n.º 1, Dezembro, pp. 40- 52.

MCLUHAN, M., [1962] (2011), *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*, University of Toronto Press, Toronto.

SANTOS, S. (2007), *Imprensa Regional – Temas, Problemas e Estratégias da Informação Local*, Livros Horizonte, Lisboa.

SOUSA, J. P. (2002), *Comunicação Social Regional e Local na Europa Ocidental: Situação Geral e os Casos Português e Galego*, Universidade Fernando Pessoa, Porto.

_____ (2001) *Elementos de Jornalismo Impresso*, Editora Letras Contemporâneas, Porto.

TAVARES, R. U. (2009), *Reflecções*, D. Quixote, Lisboa.

TRAQUINA, N. (2002), *O Que é Jornalismo*, Edições Quimera, Lisboa.

TRAQUINA, N., MESQUITA, M. (2003), *Jornalismo Cívico*, Livros Horizonte, Lisboa.

WOLF, M. (1995), *Teorias da Comunicação*, Editorial Presença, Lisboa.

OBRAS e ARTIGOS ONLINE

BERNBACH, W. “Research in Advertising”, *Roger Wimmer Websites*. Disponível em: <<http://www.rogerwimmer.com/mmr9e/mmr9eresearchinadvertising.htm>> [consultado em 12 de janeiro de 2013]

CORREIA, J. C. “A região e o espaço público: um contributo crítico”, *Biblioteca on-line de ciências da comunicação*, 1998. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/jcorreia_espaco.html> [consultado em 23 de fevereiro de 2013]

CORREIA, J. C., “Jornalismo regional e cidadania”, *Biblioteca on-line de ciências da comunicação*. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-jornalismo-regional.html>> [consultado em 2 março de 2013]

DUARTE, A. F. A. *Jornalismo de Proximidade: O Papel Informativo da Imprensa Local*. Disponível em: <<http://localmediapt.files.wordpress.com/2010/11/duarte2010-jornalismo-proximidade.pdf>> [consultado em 30 de janeiro de 2013]

FERREIRA, P. “*O lugar da imprensa local e regional nas políticas da comunicação*”, *Biblioteca on-line de ciências da comunicação*, 2005. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/ferreira-paulo-lugar-imprensa-localregional-politicas-comunicacao.pdf>> [consultado em 2 de abril de 2013]

GRADIM, A., *Manual de Jornalismo: Livro de Estilo do Urbi et Orbi*, Universidade da Beira Interior Covilhã, 2000. Disponível em: www.bocc.ubi.pt. [consultado a 15 de agosto de 2013]

JERÓNIMO, P. “*Jornalistas e jornalismo de proximidade*”, *Jornalismo & Jornalistas* vol. 49, janeiro/março 2012. Disponível em: <<http://www.clubedejornalistas.pt/wp-content/uploads/2012/03/Jornalistas-49.pdf>> [consultado em 15 de abril de 2013]

LOPES, F. “*Géneros Literários e géneros jornalísticos, Uma revisão teórica de conceito*”, *Biblioteca online de ciências da comunicação*. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-generos-lopes>> [consultado em 10 de março de 2013]

ESCOLAR, L. “*Fontes Jornalísticas: Contributos para o Mapeamento do Campo*”. Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/5512/1/CS_vol2_mpinto_p277-294.pdf> [consultado em 5 de fevereiro de 2013]

RODRIGUES, M. “*Sobre o Editorial*”. Disponível em: <http://resistir.info/mur/sobre_o_editorial.html> [consultado em 5 de abril de 2013]

SERRANO, E. “*Jornalismo e Elites do Poder*”, *Biblioteca online de ciências da comunicação*. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/serrano-estrela-jornalismo-elites-poder>> [consultado em 10 de fevereiro de 2013]

SOUSA, J. P. “*Comunicação social regional e local na Europa Ocidental: Situação geral e os casos português e galego*”, *Biblioteca online de ciências da comunicação*, 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-comunicacao-regional-na-europaocidental.pdf>> [consultado em 15 de junho de 2013]

VIEIRA, J. R. “*O Jornalismo de Proximidade na Era Digital: Análise Funcional da Edição Online do Jornal da Mealhada*”, *Repositório Científico de Acesso Aberto em Portugal*. Disponível em: <<http://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/1080/2/JOAOVIEIRA.pdf>> [consultado em 10 de junho de 2013]

ZAMORA, L. N. “*Los periódicos on line: sus características, sus periodistas y sus lectores*”, *Sala de Prensa*, agosto 2001. Disponível em: <<http://www.saladeprensa.org/art253.htm>> [consultado em 10 de agosto de 2013]

SÍTIOS DA INTERNET

Câmara Municipal de Santarém. Disponível em: <<http://www.ribatejo.com/ecos/santarém/sthistor.html#Santarém na História>> [consultado em 15 de fevereiro de 2013]

ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social. Disponível em: <<http://www.erc.pt/>> [consultado em 15 de janeiro de 2013]